

LA MARCA

QUE HABITA EN MI

BY KARELYS RUIZ



ARQUETIPOS, STORYTELLING Y
COMUNICACIÓN VISUAL ESTRATÉGICA

WWW.KARELYSRUIZ.COM

@BERTA_MUNOZ_FERRER

LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN PERIODO DE TRANSFORMACION VISUAL
POR ARELYS RUIZ



“Cuando entiendes quién eres y cómo se expresa eso visualmente, dejas de imitar y empiezas a liderar desde tu autenticidad”.

 KARELYSRUIZ

WWW.KARELYSRUIZ.COM

La Marca que habita en mi

© 2025 KARELYS RUIZ. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

ESTE LIBRO, LA MARCA QUE HABITA EN MÍ, INCLUYENDO SU DISEÑO, CONTENIDO, FOTOGRAFÍAS, TEXTOS, ESTRUCTURA Y CONCEPTO, ESTÁ PROTEGIDO POR LAS LEYES INTERNACIONALES DE PROPIEDAD INTELECTUAL. NINGUNA PARTE DE ESTA PUBLICACIÓN PUEDE SER REPRODUCIDA, DISTRIBUIDA, TRANSMITIDA O ALMACENADA EN FORMA ALGUNA NI POR NINGÚN MEDIO, YA SEA ELECTRÓNICO, MECÁNICO, FOTOCOPIA, GRABACIÓN U OTROS, SIN EL PERMISO PREVIO Y POR ESCRITO DE LA AUTORA.

ESTE MATERIAL HA SIDO CREADO CON FINES EDUCATIVOS Y PROFESIONALES, PARA EL DESARROLLO DE MARCAS PERSONALES CON CONCIENCIA Y ESTRATEGIA VISUAL. SU USO ESTÁ DESTINADO ÚNICAMENTE A QUIENES HAN ADQUIRIDO LEGÍTIMAMENTE ESTE EJEMPLAR.

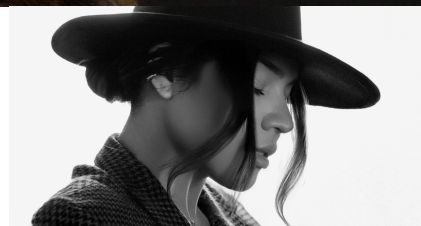
PARA SOLICITAR PERMISOS O COLABORACIONES, PUEDES CONTACTAR A:

HOLAPODEROSA@GMAIL.COM

WWW.KARELYSRUIZ.COM

PRIMERA EDICIÓN | 2025

Tabla de Contenido



INTRODUCCIÓN

- EL VIAJE HACIA TU AUTENTICIDAD VISUAL
- POR QUÉ TU HISTORIA IMPORTA
- CÓMO NACIÓ ESTE ENFOQUE

PILAR1

{01}

La Marca que Habita en Ti

- QUÉ ES UN ARQUETIPO DE MARCA
- GUÍA VISUAL DE LOS 12 ARQUETIPOS (CREADOR, AMANTE, GOBERNANTE, SABIO, ETC.)
- CHECKLISTS VISUALES Y FRASES CLAVE
- PLANTILLA PRÁCTICA PARA DESCUBRIR TU ARQUETIPO DOMINANTE

{02}

PILAR 2

Marca con cuerpo, alma y coherencia

- SEÑALES DE UNA MARCA SIN CUERPO
- CHECKLIST EXTENDIDO PARA AUTOEVALUACIÓN
- GUÍA DE DECISIONES VISUALES
- BITÁCORA DE CREACIÓN VISUAL
- PLANTILLA CREATIVA PARA DEFINIR ESTILO

{03}

PILAR 3

Habitar tu voz — de la visión a la acción

- MINI PLAN DE IMPLEMENTACIÓN PASO A PASO
- CÓMO LIMPIAR, ALINEAR Y PROYECTAR TU MARCA
- 10 RECORDATORIOS PARA MANTENERTE CONECTADA
- RITUAL DE CIERRE: VISUALIZA TU MARCA COMO HOGAR

LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.



*Todos hablan,
pero casi nadie
dice algo.*

LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN LIBRO DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

INTRODUCCIÓN

Vivimos en tiempos en los que todos hablan, pero casi nadie dice algo que valga la pena escuchar. Las redes se han vuelto una jungla visual donde abundan promesas vacías y marcas copiadas al carbón. Destacar ya no es solo cuestión de visibilidad, es un acto rebelde de autenticidad.

Recuerdo cuando llegué a Madrid: acostumbrada a trabajar en los departamentos de marketing en grandes empresas farmacéuticas y textiles, mi estilo de comunicación era tan empresarial y serio como una presentación de PowerPoint a las ocho de la mañana. Estaba totalmente perdida entre quién realmente era y lo que mi trabajo exigía. Empezar sin una empresa detrás, me llevo a invertir más tiempo para encontrar mi propia voz. Era tímida, sumisa, casi como la protagonista de una novela romántica de Megan Maxwell, esperando que alguien me dijera: "Pídeme lo que quieras", pero claro, en plan jueguito sado donde otro lleva el control. ¡Sí, esa era yo! ¿Te suena a ti de algo?.

Si me lo permites, quiero llevarte mucho más atrás, mucho antes de Madrid, antes de las cámaras, de las luces y las marcas personales. ¿Sabes dónde queda Tocuyito? Bueno, ahí nací yo, en un barrio pintoresco de Venezuela donde el mundo visual que me rodeaba era otra cosa: natural, libre, sin pretensiones.



Nadie estaba intentando encajar. Nadie se mataba por ser elegido. La gente simplemente era.

Era como vivir en una versión tropical y más sabrosa de Free Guy, con el bombón de Ryan Reynolds incluido (¡bueno, al menos en mi imaginación!). Cada quien tenía su estilo, su forma de hablar, de vestirse, de caminar, de reír. Algunos más atrevidos, otros más tranquilos... y sí, estaban los que decidían ser los rebeldes del juego.

Hoy, en cambio, veo un escenario muy distinto: demasiados personajes elaborados, demasiada actuación. Nos hemos olvidado de lo que es ser auténticos. Y eso me removió profundamente.

Por eso, cuando comencé a trabajar con marcas personales, entendí que necesitaba un punto de partida más honesto. Así nació el enfoque que utilizo en mi servicio THE ROOM, no se trata de inventarte, sino de descubrir quién eres realmente. De conectar con tu arquetipo, con tu energía emocional auténtica. Porque ahí es donde todo comienza: no en la estrategia, sino en la esencia.

Tu imagen personal es mucho más que una presentación estética; es tu historia contada con poder, es emoción, inspiración, autenticidad. Es la entrada a tu mundo, y créeme: define si alguien se queda contigo o simplemente pasa de largo. **Este libro no es una autobiografía disfrazada de guía.** “La Marca que Vive en Mí” no se trata de mí... se trata de ti. De tu historia, tu identidad, tu voz visual. No estás aquí para leer sobre mi recorrido, sino para empezar a reconocer el tuyo. Este espacio está diseñado para ayudarte a mirarte sin filtros, con intención y con estrategia.

Aquí no vas a encontrar fórmulas mágicas, vas a encontrar claridad. Porque cuando entiendes quién eres y cómo se expresa eso visualmente, dejas de imitar y empiezas a liderar desde tu autenticidad.

Juntas exploraremos tres pilares fundamentales:

- **La Marca que Habita en Ti**

Descubriremos los arquetipos que definen tu esencia y cómo construir una historia visual auténtica desde lo que realmente eres.

- **Marca con cuerpo, alma y coherencia**

Aprenderás a tomar decisiones visuales con intención, sostén emocional y presencia. No más estética vacía, sino comunicación estratégica alineada con tu verdad.

- **Habitar tu voz — de la visión a la acción**

Convertiremos todo lo aprendido en un plan real, aplicable y coherente para que cada elemento de tu marca personal hable por ti.

Este libro es tu espejo, tu hoja de ruta y tu espacio para empoderarte y convertirte en la líder visible, auténtica y poderosa que siempre quisiste ser... o que ya eres pero necesitas conectar con tu verdad para encontrar esa voz que se ha ido apagando... **TU AUTENTICIDAD.**

Pilar 1.

ESTRATEGIA DE MARCA - ARQUETIPOS Y STORYTELLING

Este no es un ejercicio de branding, es un acto de autoconocimiento. Aquí no vas a construir una marca: vas a recordar quién eres. Vamos a explorar juntas los arquetipos que te habitan, las emociones que te mueven y la historia que mereces contar con intención.



“LA BELLEZA *empieza*
en la claridad”.



LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.



"Tu historia ya es suficiente."

{Pilar 1}

"He visto cómo muchas emprendedoras se pierden tratando de encajar". Intentan replicar lo que funciona en otros, repiten fórmulas, buscan afuera lo que solo pueden encontrar dentro. Se inspiran, sí... pero también se pierden en el camino.

¿Y sabes por qué? Porque da miedo mirar hacia adentro. Porque encontrarse con la propia voz es desafiante. Requiere detenerse, desnudarse emocionalmente y decidir mostrarse sin filtros.

Pero es ahí, justo ahí, donde comienza una comunicación que se siente real.

Tu historia, tu forma de conectar... todo eso habla por ti antes que cualquier logo o eslogan. Cuando te comunicas desde tu esencia, tu mensaje deja de ser una táctica y se convierte en una vivencia compartida.

La Marca que habita en ti

Vamos a trabajar esa claridad: la que nace cuando dejas de hablar desde la mente y empiezas a hablar desde lo que te habita. Vamos a explorar ese arquetipo que vive en ti, ese patrón emocional que influye silenciosamente en cómo piensas, actúas, decides y creas.

Ese personaje simbólico, ese arquetipo, no es una etiqueta ni una estrategia de branding. Es una parte tuya que, cuando la reconoces, se vuelve tu mayor aliada para conectar con quienes vibran como tú.

Vamos a construir tu narrativa desde ahí. Porque la marca que habita en ti ya tiene historia, solo necesita ser contada con intención y coherencia visual.

ARQUETIPOS *de Carl Jung*

TU MARCA PERSONAL NO NECESITA GRITAR PARA HACERSE NOTAR



Inspirándonos en los arquetipos propuestos por Carl Jung, aprenderemos a identificar "la marca que habita en ti" y cómo estos arquetipos te brindan una base sólida y sencilla para comunicar tu esencia sin complicaciones innecesarias.

Cada fotografía, cada reel, cada gráfico... comunican algo. Y no hablo solo de cosas bonitas o virales. Si sabes cómo usarlos estratégicamente, no solo vas a captar atención, vas a generar identificación, curiosidad y deseo (sin necesidad de hacer el último baile viral de TikTok, a menos que realmente te guste, claro). En esta primera parte, vamos a trabajar juntas en construir esa narrativa poderosa desde tu esencia auténtica. Te ayudaré a identificar tu arquetipo de marca —ese "personaje" emocional con el que tu audiencia se conecta casi sin darse cuenta— y a usarlo como base para desarrollar una historia que sea fiel a ti y atractiva para ellas.

Vamos a traducir tu historia en un lenguaje visual que impacta, conecta y posiciona. Porque tu marca personal no necesita gritar para hacerse notar, solo necesita ser tú, pero con intención.

LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

¿Qué es un *Arquetipo* DE MARCA?

{Pilar 1}

Aquí no vas a encontrar reglas. Tampoco etiquetas. Los arquetipos no son moldes ni disfraces que tienes que ponerte para encajar. Son estructuras universales de comportamiento que viven en el inconsciente colectivo —sí, ese lugar profundo donde se mezclan nuestros pensamientos, emociones, sueños y reacciones más instintivas.

Un arquetipo es un personaje invisible que te habita. No es una persona, es un patrón. Una energía que se activa en ti y que, aunque no la veas, influye en cómo piensas, sientes, decides, creas... y sí, también en cómo comunicas.

Por eso “La Marca que habita en mí” se construye desde ahí: desde la conciencia de lo que ya está en ti. Los arquetipos son como un mapa. Cuando los conoces, dejas de improvisar y empiezas a comprender tu camino. No se trata de encasillarte, sino de reconocer qué parte de ti te está dominando en ciertas situaciones y cómo puedes usar esa energía a tu favor.



“No eres un arquetipo. No te escondes detrás de uno. Habitas en todos con sabiduría”.

Y cuando aplicas ese conocimiento a tu marca, ocurre la magia: conectas con personas afines, transmites con coherencia, y dejas de imitar para empezar a impactar con intención.

Cuando comencé este ebook, solo quería despertar tu curiosidad e invitarte a profundizar en todo este universo... pero la verdad es que en el camino me ilusioné tanto que tardé meses en lo que creí que tomaría menos tiempo. Tranquila, lo disfruté de principio a fin —y ya lo verás, porque vamos a trabajar uno a uno cada arquetipo juntas, ¿Lista?.

Arquetipo 1: **EL CUIDADOR**



El Cuidador no necesita alardear. Está donde hace falta. Es ese arquetipo que abraza con la mirada, que transmite seguridad sin necesidad de hablar fuerte.



"No estás sola. Estoy contigo."

Su energía es generosa, empática, protectora. Vive para hacer sentir bien al otro. Cuando este arquetipo habita tu marca, tu comunicación se vuelve refugio. Eres guía, soporte, bálsamo. Tus palabras calman, tus imágenes contienen, tu presencia acompaña.

Comunicación Visual del Cuidador:

- Colores: tonos suaves, cálidos, tierra, pasteles reconfortantes (beige, crema, verde oliva).
- Luz: natural, difusa, envolvente. Evita los contrastes duros.
- Estética: cercana, humana, accesible. Nada de poses forzadas.
- Escenarios: entornos acogedores, cotidianos, familiares. Lugares donde alguien se sienta seguro.
- Detalles: contacto visual directo, manos extendidas, gestos de cuidado.

Una marca con esencia de Cuidador no necesita gritar. Solo estar. Y ese estar es tan potente, que muchas veces es todo lo que el otro necesitaba ver.

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Confianza. Calma. Lealtad. Te ven y sienten que están en buenas manos. Que no tienen que demostrarte nada.

Pero ojito: El Cuidador no es sumiso. Es sólido.

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO UN CUIDADOR

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Cuidar – Acompañar – Escuchar – Presencia – Seguridad – Empatía
– Guía – Apoyo – Calidez – Refugio

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "Estoy aquí para acompañarte, no para juzgarte."
2. "Te entiendo, y eso ya es un comienzo."
3. "Tu bienestar es prioridad para mí."
4. "No estás sola. Estoy contigo."
5. "Confía en ti. Yo ya lo hago."
6. "A veces solo necesitamos un espacio seguro para volver a empezar."
7. "No todo necesita una solución, a veces solo necesita cuidado."
8. "Cuidarte también es parte del éxito."
9. "Te abrazo desde mi experiencia, no desde la perfección."
10. "Si necesitas un respiro, este es tu lugar."

CHECKLIST VISUAL *DEL CUIDADOR*:

¿Tu comunicación visual...	✓
Transmite calidez y cercanía	
Usa luz suave y envolvente	
Refleja confianza a través de posturas abiertas	
Habla más de cuidar que de convencer	
Hace que tu audiencia se sienta valiosa	

Esta guía te servirá para mantener tu comunicación coherente con la energía del Cuidador sin perder tu voz propia. Recuerda: ser marca también es ser humana. Sabe que para cuidar, primero tiene que habitarse a sí mismo. Y desde esa plenitud, se entrega.

Arquetipo 2: **ELAMANTE**



El Amante no busca atención, la magnetiza. No grita, susurra. No vende, seduce. Vive para conectar desde el placer, la belleza, la emoción intensa.



"Cuando te eliges, todo empieza a transformarse."

Una marca con alma de Amante es una experiencia sensorial. Apela al deseo, al disfrute, a esa parte tuya que anhela sentir más y más profundo. Su poder está en la atracción. En cómo mira, cómo habla, cómo toca —sin tocar.

Es la marca que entiende que el deseo mueve al mundo, y que detrás de cada elección hay una emoción esperando ser tocada. Este arquetipo representa la belleza, el placer, el vínculo y la pasión. Y no se trata solo de lo romántico o sexual —se trata de crear experiencias sensoriales que conecten profundamente.

El Amante convierte lo cotidiano en ritual.

El producto más simple en un momento íntimo.

Y lo logra porque no vende con lógica, vende con emoción. Mientras otras marcas hablan de resultados, el Amante habla de cómo te vas a sentir. Y en un mundo hiperproductivo y racional, eso lo convierte en un oasis de conexión y deleite.

Comunicación Visual del amante:

- Colores: tonos intensos, seductores y envolventes. Rojo, burdeos, rosa profundo, negro o dorado sutil.
- Luz: dramática, suave y enfocada. Juega con sombras, reflejos y brillos.
- Estética: elegante, íntima, sensual. Cuidada sin ser rígida.
- Escenarios: ambientes cálidos, lugares que invitan al confort, texturas ricas (sábanas, piel, velas, detalles delicados).
- Detalles: mirada directa, expresión suave o deseante, lenguaje corporal que fluye y envuelve.

Una marca Amante no necesita justificar su presencia. Se siente, se recuerda, se desea.

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Atracción. Lealtad emocional. Fascinación. Deseo de pertenecer. El Amante conecta con ese anhelo profundo de belleza, de sentirse único, de vivir algo especial.

Pero ojo: **El Amante no es superficial. Es intensamente emocional y comprometido.** Sabe que el vínculo verdadero nace cuando hay sensibilidad y presencia.

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO UN AMANTE

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Conexión – Placer – Belleza – Intensidad – Sensualidad – Magnetismo – Atracción – Emoción – Deseo – Intimidad

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "No estás aquí por casualidad, hay algo en ti que me reconoce."
2. "La belleza no es un lujo. Es una forma de estar presente."
3. "Quiero que sientas, no solo que entiendas."
4. "Hazlo por amor, o no lo hagas."
5. "Cuando te eliges, todo empieza a transformarse."
6. "Lo sutil también impacta. Lo invisible también seduce."
7. "No necesitas más, solo necesitas verdad."
8. "El deseo tiene voz. ¿La estás escuchando?"
9. "Tu marca puede tocar, incluso sin tocar."
10. "Hay belleza en ti. Solo falta mostrarla con intención."

CHECKLIST VISUAL *DEL AMANTE*:

¿Tu comunicación visual...	✓
Despierta emoción, deseo o atracción	
Transmite intimidad y sensibilidad	
Mantiene coherencia visual con lo que deseas provocar	
Tiene ritmo, tono y textura intencional	
Comunica desde la belleza auténtica, no desde la aprobación	

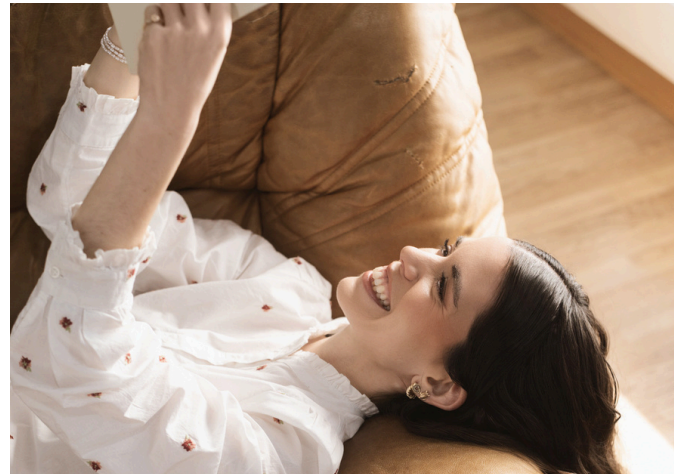
Este arquetipo no es para complacer: es para provocar una emoción genuina. Y cuando logras eso... te vuelves inolvidable.

@LACHICADELBANCO

Arquetipo 3: ***EL INOCENTE***



El Inocente vive en ese lugar puro donde todo es posible. No necesita demostrar nada porque su verdad es suficiente. Su presencia inspira esperanza, simplicidad, optimismo. Conecta con la luz que a veces olvidamos que tenemos.



"Ser tú es suficiente."

Una marca con energía del Inocente es clara, transparente, luminosa. Transmite paz, ilusión, fe en la belleza del mundo y confianza en que el bien es posible.

"Creo en la belleza de lo simple, en la bondad del mundo y en los nuevos comienzos."

El Inocente es luz. Es esa marca que inspira esperanza, pureza y optimismo, incluso en medio del caos. No porque niegue la realidad, sino porque elige mirarla con ojos limpios. Mientras otros arquetipos buscan destacar por lo extraordinario, el Inocente te recuerda que lo simple también puede ser poderoso. Que la autenticidad, la alegría y la fe en lo bueno todavía mueven el mundo.

Este arquetipo no es ingenuo, es valiente. Porque en un entorno cínico y ruidoso, atreverse a creer, sonreír y cuidar los detalles... es un acto revolucionario. Las marcas Inocentes se convierten en refugio emocional. Hacen sentir paz, ternura, equilibrio, son ese suspiro que alivia. Ese lugar seguro donde todo empieza bien.

Comunicación Visual del inocente:

- *Colores: blanco, celeste, amarillo claro, verdes suaves, tonos pastel.*
- *Luz: natural, brillante, suave.*
- *Estética: limpia, aireada, minimalista, sin excesos.*
- *Escenarios: naturaleza, cielos abiertos, espacios blancos y armónicos.*
- *Detalles: expresiones genuinas, sonrisas espontáneas, miradas abiertas.*

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Esperanza. Confianza. Alegría. Sensación de ligereza. El Inocente no te convence: te recuerda lo que ya sabías, pero habías olvidado

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO UN INOCENTE

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Paz – Confianza – Alegría – Pureza – Optimismo – Fe – Simplicidad – Luz – Esperanza
– Verdad

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "La verdad es más simple de lo que parece."
2. "Confía en lo que ya eres."
3. "Volver a lo esencial, ahí está la respuesta."
4. "Hay belleza en lo cotidiano."
5. "La claridad es un regalo que también puedes dar."
6. "A veces solo necesitas respirar y mirar con otros ojos."
7. "No todo tiene que ser perfecto para ser valioso."
8. "La paz también vende."
9. "Tu marca puede inspirar sin presionar."
10. "Ser tú es suficiente."

CHECKLIST VISUAL ***DEL INOCENTE:***

¿Tu comunicación visual...	✓
Transmite paz y claridad visual	
Usa colores suaves y luz natural brillante	
Evoca alegría y confianza sin excesos	
Se siente liviana, sin sobreinformación ni artificio	
Refleja un mensaje genuino, simple y esperanzador	

Este arquetipo te invita a simplificar, a confiar en tu autenticidad y a recordar que a veces lo más poderoso es lo más sencillo. Cuando te comunicas desde tu luz interior, todo cobra sentido.



Arquetipo 4: ***EL HÉROE***



El Héroe no espera a que le den permiso. Actúa. Lucha. Inspira. Su energía es poderosa, determinada, con una meta clara y una voz que te impulsa a avanzar.



"Hazlo aunque tengas miedo."

Una marca con el alma del Héroe es una marca que lidera desde la acción. Tiene fuerza, claridad y propósito. Está al servicio del logro, de la superación, del impacto real.

"Vine a superarme. Vine a vencer. Vine a cambiar las reglas del juego."

El Héroe no espera que el cambio llegue. **Lo provoca.**

Este arquetipo representa la valentía, la fuerza, la disciplina y el liderazgo en su estado más puro. Es la marca que lucha por algo más grande que ella misma, que se esfuerza, se exige, y se eleva. Mientras otras marcas conectan desde la emoción o la cercanía, el Héroe lo hace desde la determinación, la inspiración y la excelencia.

Es esa energía que te dice: **"Tú también puedes."**

Y no lo dice con dulzura, lo dice con fuerza.

No teme al conflicto. Lo usa para crecer.

En su mundo, los límites existen para ser superados.

El Héroe no es arrogante, es imparable.

Y eso lo convierte en un imán para las personas que quieren alcanzar metas, romper ciclos y salir de su zona cómoda.

Comunicación Visual del héroe:

- Colores: rojo, negro, azul marino, blanco fuerte, tonos vibrantes.
- Luz: intensa, direccional, dramática.
- Estética: dinámica, fuerte, decidida. Elementos visuales que implican acción.
- Escenarios: exteriores, ambientes urbanos, contextos de movimiento.
- Detalles: posturas firmes, mirada al frente, actitud de conquista.

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Motivación. Admiración. Respeto. Inspiración para tomar acción. El Héroe te recuerda que sí se puede.

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO UN HÉROE

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Fuerza – Acción – Meta – Superación – Liderazgo – Disciplina – Cambio – Esfuerzo
– Inspiración – Impacto

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "Tú puedes con esto."
2. "Hazlo aunque tengas miedo."
3. "No viniste a quedarte cómoda."
4. "No esperes el momento perfecto. Créalo."
5. "Eres más fuerte de lo que crees."
6. "Lo imposible solo tarda un poco más."
7. "Tu historia puede inspirar a otros a cambiar la suya."
8. "Aquí se viene a ganar, no a justificar."
9. "Da el primer paso. El resto llega en el camino."
10. "Que no te detenga lo que aún no sabes. Empieza."

CHECKLIST VISUAL *DEL HÉROE*:

¿Tu comunicación visual...	✓
Proyecta determinación y fuerza	
Usa luz intensa y colores con presencia	
Refleja acción, movimiento o propósito	
Tiene una narrativa de superación y liderazgo	
Inspira a tu audiencia a tomar decisiones y actuar	

Este arquetipo te impulsa a salir al frente, a inspirar desde la acción y mostrar que tu marca no solo habla, actúa. Cuando usas tu voz con coraje, dejas huella.

Arquetipo 5: ***EL SABIO***



El Sabio no te quiere impresionar. Quiere ayudarte a entender. Su marca comunica con profundidad, claridad y conocimiento. Es reflexivo, estratégico, paciente. No grita: argumenta.



"No hay fórmula mágicas".

Una marca con el arquetipo del Sabio te guía desde la lógica y la conciencia. Educa, contextualiza, invita a pensar. Se gana la autoridad desde la experiencia y el valor que entrega.

“El conocimiento no es poder si no se comparte. Vine a enseñar, a iluminar y a guiar.”

El Sabio no grita, no impresiona...transforma desde el pensamiento.

Es la marca que observa, analiza y entiende el mundo en profundidad, para luego ofrecer claridad en medio del ruido. A diferencia del Héroe que inspira acción o del Creador que transforma desde la emoción, el Sabio aporta desde la razón, la verdad y la lógica. Su herramienta no es el impacto visual, sino la solidez del argumento.

Este arquetipo representa la búsqueda constante del conocimiento y el deseo genuino de compartirlo.

Es confiable, objetivo, sereno.

No quiere convencerte, quiere ayudarte a comprender.

Quien lo elige como marca está dispuesto a posicionarse como autoridad. A enseñar, a formar criterio, a despertar mentes...Y en un mundo lleno de opiniones vacías, eso es oro.

Comunicación Visual del sabio:

- *Colores: azul marino, gris, blanco, tonos neutros.*
- *Luz: clara, equilibrada, sin dramatismo.*
- *Estética: ordenada, limpia, profesional. Diseño minimalista.*
- *Escenarios: escritorios, libros, pizarras, espacios que sugieren estudio o estructura.*
- *Detalles: mirada analítica, postura tranquila, gestos que comunican claridad.*

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Respeto. Confianza. Credibilidad. El Sabio no promete, demuestra. Y eso es poderoso.

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO *UN SABIO*

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Conocimiento – Claridad – Análisis – Estrategia – Argumento – Guía – Verdad – Discernimiento – Educación – Comprensión

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "Entender cambia todo."
2. "No hay fórmula mágica, hay información bien aplicada."
3. "Si puedes explicarlo simple, lo entiendes bien."
4. "Lo importante no es lo que sabes, sino cómo lo aplicas."
5. "Tu marca también puede educar."
6. "La claridad es un acto de generosidad."
7. "Una mente entrenada toma mejores decisiones."
8. "No necesitas saberlo todo, pero sí saber a quién escuchar."
9. "La información es poder solo si sabes usarla."
10. "Entenderte a ti misma es la base de tu autoridad."

CHECKLIST VISUAL *DEL SABIO*:

¿Tu comunicación visual...	✓
Transmite claridad y estructura visual	
Usa colores sobrios y luz equilibrada	
Refleja orden, análisis o profundidad	
Invita a pensar, cuestionar y entender	
Posiciona tu autoridad desde el conocimiento	

Este arquetipo transforma tu marca en una guía confiable. No necesitas convencer, solo compartir desde tu sabiduría. Cuando hablas desde la comprensión, te conviertes en referente.

@ANA_JMNEZ

Arquetipo 6: ***EL REBELDE***



El Rebelde no viene a encajar, viene a romper. Es fuego puro. Revoluciona desde la verdad, provoca desde la autenticidad. No busca aprobación, busca impacto.



"Una marca sin carácter es solo decoración."

Una marca con esencia Rebelde incomoda, inspira y transforma. Se atreve a decir lo que otros callan y hace lo que otros no se atreven.

Cuestiona lo establecido, se levanta contra lo injusto y desafía lo que todos dan por hecho. No lo hace por capricho, lo hace por causa. Mientras otras marcas buscan aceptación, esta busca impacto. Rompe esquemas, incomoda con intención y crea nuevas formas de pensar, de consumir y de vivir.

Este arquetipo no es “oscuro” ni “problemático” como muchos creen.

Es valiente, visionario y necesario.

Porque cuando nadie se atreve a decir lo que piensa, el Rebelde lo dice. Cuando todos repiten fórmulas, el Rebelde crea su propio camino.

Comunicación Visual del rebelde:

- *Colores: negro, rojo, metálicos, blanco con contraste.*
- *Luz: contrastada, con sombras, fuerte y cruda.*
- *Estética: disruptiva, urbana, directa. Sin adornos innecesarios.*
- *Escenarios: fondos industriales, muros, calle, espacios reales sin filtros.*
- *Detalles: gestos firmes, miradas retadoras, lenguaje corporal sin disculpas.*

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Sacudida. Despertar. Valor. Identificación desde la diferencia. El Rebelde no busca caer bien, busca que pienses.

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO *UN REBELDE*

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Ruptura – Verdad – Provocación – Autenticidad – Cambio – Rebeldía – Incomodidad – Justicia – Furia creativa – Libertad

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "No vine a gustarte. Vine a despertarte."
2. "Lo que incomoda, transforma."
3. "Hazlo como quieras, pero hazlo tú."
4. "¿Quién dijo que había que seguir las reglas?"
5. "Ser real es más valioso que ser aceptada."
6. "Si no haces ruido, ¿para qué estás?"
7. "Una marca sin carácter es solo decoración."
8. "La autenticidad no pide permiso."
9. "Atrévete a ser incómodamente tú."
10. "No te vistas de lo que esperan. Sé lo que eres."

CHECKLIST VISUAL *DEL REBELDE*:

¿Tu comunicación visual...	✓
Provoca, incomoda o rompe patrones	
Usa luz contrastada y estética cruda	
Refleja autenticidad radical, sin filtros	
Comunica desde la emoción intensa o la denuncia	
Muestra postura clara ante lo que no encaja contigo	

Este arquetipo no suaviza su voz, la grita si hace falta. Y cuando lo usas con conciencia, tu marca no solo destaca: marca un antes y un después.

Arquetipo 7: ***EL CREADOR***



El Creador transforma ideas en realidad. Vive en constante evolución. Ve belleza donde otros ven rutina. Su energía es imaginación pura al servicio de la expresión.



"No estás aquí para encajar".

Una marca con esencia Creadora es original, artística, inspiradora. No repite: inventa. No copia: crea. A veces se confunde con ser "solo artístico", pero el Creador va mucho más allá de lo estético.

Es estratégico, es disruptivo y es profundamente original. Donde otros ven limitaciones, él ve posibilidades. Cree que la autenticidad es más valiosa que la perfección.

Comparado con otros arquetipos más "comerciales" o seguros, el Creador parece arriesgado. Y sí, lo es.

Pero ahí está su poder: en marcar la diferencia, en dejar huella. Una marca con este arquetipo no busca validación externa. Busca dejar legado.

Habla desde su universo creativo, invita a imaginar nuevas realidades y desafía lo establecido.

Comunicación Visual del creador:

- *Colores: todos los colores si están bien combinados; énfasis en paletas creativas, inesperadas.*
- *Luz: expresiva, a veces teatral, otras veces suave e íntima.*
- *Estética: artística, cuidada, original. Elementos que mezclan texturas, ideas, formas.*
- *Escenarios: estudios, espacios artísticos, exteriores inspiradores.*
- *Detalles: composición creativa, encuadres no convencionales, elementos simbólicos.*

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Asombro. Inspiración. Admiración. Ganas de crear también. El Creador no solo muestra, despierta algo nuevo en quien lo observa.

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO *UN CREADOR*

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Arte – Inspiración – Diseño – Belleza – Originalidad – Intuición – Movimiento – Creatividad – Transformación

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "La belleza también es una forma de expresión."
2. "No estás aquí para encajar, sino para crear algo único."
3. "Tu visión puede abrirle los ojos a otros."
4. "Crea, incluso si aún no sabes cómo."
5. "Las reglas son solo una sugerencia."
6. "Tu marca puede ser tu obra maestra."
7. "No te limites al contenido, diseña una experiencia."
8. "La creatividad no se explica, se siente."
9. "Lo que creas puede mover el mundo."
10. "Haz arte con lo que tienes."

CHECKLIST VISUAL *DEL CREADOR*:

¿Tu comunicación visual...	✓
Refleja originalidad y creatividad	
Usa combinaciones inesperadas o simbólicas	
Transmite inspiración o visión artística	
Juega con formas, estilos y narrativas	
Crea experiencias visuales memorables	

Este arquetipo convierte tu comunicación en un lienzo. Tu marca no solo se ve: se siente como una obra viva.

@_NADIA NEMER_

Arquetipo 8: ***EL EXPLORADOR***



El Explorador necesita movimiento, descubrimiento, novedad. No le interesan las etiquetas, le interesa la libertad. Es quien se lanza a lo desconocido, quien convierte lo incierto en experiencia.



"Naciste para moverte".

Una marca con alma de Explorador transmite aventura, autenticidad y autonomía. Habla a quienes se cansaron de lo estático y anhelan descubrir nuevas formas de vivir, crear y liderar.

Es esa marca que invita a salir de lo conocido, a ir más allá de los límites, a atreverse a vivir la vida desde la experiencia. Este arquetipo representa la autenticidad, la aventura y el deseo profundo de expansión personal.

Mientras otras marcas se esfuerzan por convencerte, el Explorador simplemente abre caminos. Te muestra lo que hay afuera —o adentro— y te dice: "Si quieres, ven." No promete comodidad, promete descubrimiento.

Y en un mundo donde muchos se sienten atrapados en rutinas o roles, el Explorador es esa chispa que dice: Hay más. Hay otro lugar. Hay otra versión de ti misma."

Comunicación Visual del explorador:

- Colores: verde, azul, tonos tierra, arena, texturas naturales, blanco.
- Luz: natural, de exterior, cambiante.
- Estética: espontánea, aventurera, sin artificios. Real y cruda.
- Escenarios: naturaleza, caminos, coches, montañas, ríos, calle.
- Detalles: movimiento, viento, paso en acción, mirada hacia lo abierto.

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Libertad. Curiosidad. Inspiración a atreverse. El Explorador te lleva a moverte, física o emocionalmente, hacia algo nuevo.

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO *UN EXPLORADOR*

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Movimiento – Libertad – Aventura – Cambio – Búsqueda – Conexión – Camino – Naturaleza – Fluidez – Autenticidad

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "Naciste para moverte, no para quedarte."
2. "Tu camino es único, y eso lo hace valioso."
3. "Explorar también es una forma de conocerte."
4. "Suelta lo seguro, abraza lo nuevo."
5. "Tu marca puede ser una travesía."
6. "No estás perdida, estás en camino."
7. "Lo auténtico nunca está quieto."
8. "El movimiento revela lo que el miedo oculta."
9. "Viajar también puede ser hacia adentro."
10. "La libertad se construye paso a paso."

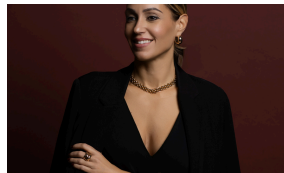
CHECKLIST VISUAL DEL EXPLORADOR:

¿Tu comunicación visual...	✓
Evoca movimiento, descubrimiento o expansión	
Muestra naturaleza o escenarios abiertos	
Transmite espontaneidad, autenticidad o búsqueda	
Usa luz natural, sin retoques forzados	
Refleja una narrativa de camino, viaje o transformación	

Este arquetipo convierte tu marca en un camino. No necesitas tener el destino claro, solo el coraje para dar el primer paso.



Arquetipo 9: ***EL GOBERNANTE***



El Gobernante no improvisa. Decide, organiza y lidera. Tiene una visión clara y sabe cómo ejecutarla. Su energía es de orden, dirección y poder con propósito.



"Si sabes lo que vales, actúas como tal."

Una marca con esencia de Gobernante transmite autoridad natural. Inspira respeto. Habla desde la experiencia, pero también desde la responsabilidad.

"No vine a participar. Vine a liderar."

El Gobernante no improvisa, organiza, estructura y dirige, es la marca que transmite poder, estabilidad y control. Su presencia impone respeto, no por arrogancia, sino porque tiene visión, orden y una forma clara de hacer las cosas.

Donde otros dudan, el Gobernante toma decisiones. Donde hay caos, él crea estructura.

Es confiable, ambicioso y estratégico.

Este arquetipo representa a marcas que inspiran liderazgo, autoridad y excelencia. Marcas que no están aquí para probar suerte... están aquí para construir imperios. Comparado con otros arquetipos que conectan desde la emoción, la aventura o el humor, el Gobernante conecta desde la confianza, el estatus y la solidez. Quien trabaja con un Gobernante, siente que está en buenas manos.

Comunicación Visual del Gobernante:

- Colores: azul oscuro, dorado, negro, blanco puro, burdeos.
- Luz: directa, bien definida, profesional.
- Estética: limpia, elegante, sobria. Con fuerte presencia visual.
- Escenarios: despachos, mesas de decisiones, arquitectura imponente.
- Detalles: posturas erguidas, gestos firmes, mirada de control.

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Confianza, respeto, decisión. El Gobernante no convence: dirige.

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO **UN GOBERNANTE**

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Liderazgo – Poder – Orden – Visión – Dirección – Control – Autoridad – Prestigio – Excelencia – Estrategia

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "Una buena marca se nota. Una marca poderosa se impone."
2. "El liderazgo no se proclama. Se demuestra."
3. "Tú eres la autoridad en tu espacio."
4. "Tu marca no es una opción más. Es la que decide."
5. "La claridad también es una forma de poder."
6. "No te disperses. Toma el mando."
7. "Construye imperios, no solo contenidos."
8. "Tu marca no está para agradar, está para dirigir."
9. "Si sabes lo que vales, actúa como tal."
10. "El poder bien comunicado inspira obediencia voluntaria."

CHECKLIST VISUAL *DEL GOBERNANTE:*

¿Tu comunicación visual...	✓
Transmite liderazgo y control	
Usa colores sobrios, elegantes y dominantes	
Refleja orden, poder o estructura	
Proyecta autoridad sin arrogancia	
Inspira confianza y estabilidad en quien lo ve	

Este arquetipo eleva tu marca desde la autoridad. No se trata de ser la más simpática, sino la más confiable.



Arquetipo 10: ***EL BUFÓN***



El Bufón no viene a impresionar, viene a aligerar. Es libertad expresiva, espontaneidad y alegría sin filtro. Su poder está en su capacidad de conectar desde la risa, la empatía y la vulnerabilidad.



"Reír también es estrategia."

Una marca con alma de Bufón conecta con quienes buscan autenticidad sin rigidez. Muestra la cara más humana, divertida y desinhibida del mensaje.

“Vine a romper la seriedad del mundo... y recordarte que la vida también se disfruta.”El Bufón no es solo humor, es libertad.

Este arquetipo representa a las marcas que no temen reírse, incomodar o mostrar lo absurdo de lo cotidiano, no busca ser perfecto, busca ser real y memorable. El Bufón es disruptivo, irreverente, espontáneo... pero también inteligente.

Sabe exactamente cuándo romper la tensión, cuándo soltar una verdad disfrazada de chiste, y cómo conectar con el corazón de la gente desde la risa. A diferencia del Rebelde que grita o el Héroe que conquista, el Bufón conquista riendo. Rompe el hielo, aligera lo pesado, y hace que la audiencia se relaje, confíe... y compre sin sentir presión.

Y aquí está su magia: una marca que hace sentir bien, se recuerda con cariño.

Comunicación Visual del Bufón:

- Colores: colores brillantes, contrastes inesperados, paletas juguetonas.
- Luz: intensa, colorida o muy natural
- Estética: fresca, divertida, imperfecta con intención.
- Escenarios: calle, situaciones absurdas, objetos cotidianos resignificados.
- Detalles: gestos espontáneos, expresiones alegres o irónicas, lenguaje corporal suelto.

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Risa, cercanía, empatía y recordación. El Bufón no enseña: hace sentir.

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO *UN BUFÓN*

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Honestidad – Ligereza – Autenticidad – Disfrute – Juego – Ironía – Carisma – Libertad – Desinhibición

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "Nada conecta más que reírse de una misma."
2. "No todo tiene que ser serio para ser profesional."
3. "Reír también es estrategia."
4. "Tu rareza puede ser tu superpoder."
5. "La autenticidad imperfecta es irresistible."
6. "Juega más. Vende mejor."
7. "No se trata de burlarte, sino de soltar el ego."
8. "Ríete antes de que otros lo hagan."
9. "El humor no resta autoridad. La humaniza."
10. "Haz que tu marca sea inolvidable por cómo hizo sentir."

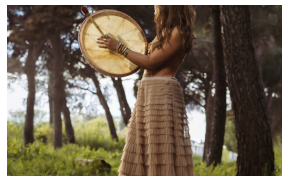
CHECKLIST VISUAL *DEL BUFÓN*:

¿Tu comunicación visual...	✓
Inspira alegría o ligereza emocional	
Usa colores vivos y composiciones inesperadas	
Transmite autenticidad lúdica o irreverente	
Muestra vulnerabilidad desde el humor	
Rompe esquemas sin perder coherencia	

Este arquetipo recuerda que el humor es también una forma poderosa de autoridad emocional. Haz que te recuerden por cómo hiciste sentir.



Arquetipo 11: ***EL MAGO***



El Mago ve lo invisible. Convierte intuición en visión y visión en transformación. Tiene el don de guiar procesos profundos sin necesidad de explicar cada paso.



"Confía en lo que aún no entiendes."

Una marca con esencia de Mago no vende fórmulas: despierta posibilidades. Invita a creer, a evolucionar y a confiar en lo que aún no se ve.

“No vine a entretener, vine a transformarte. Lo que toco, cambia.”

El Mago no hace trucos, hace transformación.

Es la marca que no solo vende productos o servicios, sino que te cambia por dentro. Sabe que la verdadera magia no está en lo sobrenatural, sino en la capacidad de conectar con lo invisible, lo intangible y lo profundo.

El Mago transforma realidades.

Te lleva del punto A al punto B, pero el viaje es interno y lo hace desde la intuición, la sabiduría, lo místico o lo espiritual, pero con una claridad poderosa. Es una marca que no grita: susurra cosas que te hacen ver el mundo diferente. Mientras otros arquetipos buscan convencer, inspirar o guiar, el Mago simplemente te revela lo que ya vive dentro de ti.

Comunicación Visual del Mago:

- Colores: púrpura, dorado, negro, azul profundo, tonos cósmicos.
- Luz: envolvente, de contraste suave, como en sueños.
- Estética: elegante, mística, refinada. Elementos simbólicos, visuales sugerentes.
- Escenarios: naturaleza, interiores sofisticados, fondos etéreos.
- Detalles: mirada introspectiva, movimiento fluido, manos como herramienta.

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Intriga, conexión, admiración. El Mago no explica todo. Encanta.

Guía práctica PARA COMUNICAR COMO **UN MAGO**

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Transformación – Visión – Inspiración – Intuición – Profundidad – Guía – Cambio – Magia – Misterio – Poder interior

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "No necesitas que te expliquen el camino. Solo necesitas confiar."
2. "Hay cosas que no se enseñan, se despiertan."
3. "Tu mensaje puede ser una experiencia transformadora."
4. "Haz de tu comunicación una alquimia."
5. "El verdadero poder es sutil."
6. "Confía en lo que aún no entiendes."
7. "Tu marca puede mover lo invisible."
8. "La inspiración no se impone, se convoca."
9. "Guía, no impongas. Acompaña."
10. "El cambio profundo empieza por la mirada."

CHECKLIST VISUAL **DEL MAGO:**

¿Tu comunicación visual...	✓
Despierta asombro, misterio o posibilidad	
Usa luz envolvente y elementos simbólicos	
Comunica transformación o evolución	
Juega con lo intangible de forma creíble	
Transmite inspiración profunda sin parecer místico extremo	

Este arquetipo eleva tu comunicación a otro nivel: el simbólico, el energético. Tu marca puede tocar lo profundo sin decir una sola palabra.



Arquetipo 11: ***LA PERSONA COMÚN***



La Persona Común es el abrazo cálido de lo cotidiano. Es auténtica sin esfuerzo. Habla como se habla, vive como se vive. Su poder está en hacer sentir pertenencia.



"No subestimes lo que te hace humana."

Una marca con esencia de Persona Común no necesita impresionar. Necesita conectar. Es esa amiga que te entiende, te escucha, y te hace sentir que no estás sola.

“No necesito parecer especial para ser valiosa. Mi poder está en ser real.”

En un mundo saturado de filtros, promesas grandiosas y personajes exagerados, la Persona Común es un suspiro de alivio. Representa a quien no necesita llamar la atención, porque su poder está en la empatía, la cercanía y la autenticidad.

Es esa marca que dice: “yo también pasé por eso”, “yo también tengo dudas”, “yo también estoy en el camino”. Y por eso genera tanta confianza. A veces, el nombre puede sonar “menor” frente a otros como “la heroína”, “la maga” o “la sabia”... Pero aquí está la clave: todos esos arquetipos necesitan construir una narrativa aspiracional. **La Persona Común no.**

Ella ya es valiosa siendo quien es.

No compite, no se disfraza, no pretende. Conecta.

Marcas como IKEA, Dove o incluso Netflix han usado este arquetipo con enorme éxito.

¿Por qué? Porque las personas se ven reflejadas en él. Y cuando una marca logra eso, lo tiene todo.

Así que no hay nada “común” en ser la Persona Común.

Es un acto de valentía ser auténtica cuando todo el mundo está intentando destacar.

Comunicación Visual de la persona común:

- Colores: beige, verde oliva, azul vaquero, mostaza, tonos tierra.
- Luz: natural, cotidiana, sin retoques exagerados.
- Estética: real, cercana, espontánea, sin poses.
- Escenarios: casa, mercado, calle, espacios comunes y reales.
- Detalles: gestos naturales, miradas suaves, situaciones reconocibles.

¿Qué despierta este arquetipo en tu audiencia?

Confianza, identificación, tranquilidad. La Persona Común no destaca por brillar, sino por reflejar.

Guía práctica PARÁ COMUNICAR COMO *UNA PERSONA COMÚN*

Palabras clave para integrar en tu lenguaje:

Cercanía – Autenticidad – Comunidad – Sencillez – Honestidad – Confianza – Realismo – Empatía – Cotidianidad – Verdad

Frases que puedes adaptar a tu contenido:

1. "No necesitas aparentar para impactar."
2. "Lo real también vende."
3. "Tu historia común puede inspirar a muchas."
4. "Ser cercana es tu superpoder."
5. "La empatía no se diseña. Se transmite."
6. "Tu día a día también es contenido valioso."
7. "Acompaña, no enseñes."
8. "Lo simple conecta."
9. "Lo cotidiano también inspira."
10. "No subestimes lo que te hace humana."

CHECKLIST VISUAL DE *UNA PERSONA COMÚN*:

¿Tu comunicación visual...	✓
Se siente cercana, natural y honesta	
Usa escenarios reales, sin artificios	
Refleja empatía desde lo cotidiano	
No fuerza el impacto, lo construye desde lo simple	
Comunica desde la pertenencia y la conexión emocional	

Este arquetipo te conecta con la parte más real y entrañable de tu audiencia. La que no necesita más, solo sentirse vista.

A black and white photograph of a woman's back. She has voluminous, curly hair. She is wearing a light-colored, possibly white, sleeveless top. A thin necklace with three pearls is visible, hanging down the center of her back. The lighting is soft, highlighting the texture of her hair and the smoothness of her skin.

Habita tu arquetipo

LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

Una marca personal no se construye desde lo que ves afuera... sino desde lo que habita adentro.

Para conectar de verdad con tu audiencia, necesitas mucho más que un logo bonito o una buena paleta de colores: necesitas claridad emocional, propósito y coherencia.

Definir tu arquetipo de marca es descubrir esa energía única que te representa, ese patrón emocional con el que el mundo se conecta contigo. Es lo que hace que tu comunicación sea auténtica, potente y memorable.

Pero para llegar a ese nivel de claridad, es fundamental hacer una pausa, mirar hacia adentro y responder con honestidad algunas preguntas clave. Porque tu arquetipo no es algo que se elige como un personaje, es algo que se revela a partir de tu verdad.

En esta sección te guiaré a través de cinco pasos esenciales para descubrirlo.

Respóndelos con el corazón, no desde lo que “deberías ser” sino desde lo que ya eres.

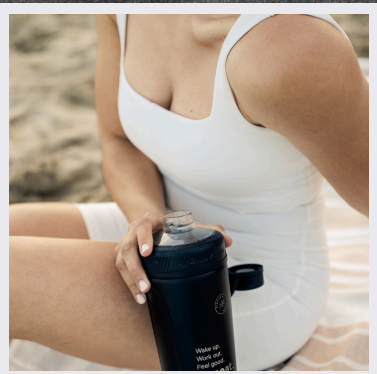
PLANTILLA – Descubre tu *Arquetipo de Marca* Dominante

Copia y pega esto en ChatGPT y rellena tus respuestas para que la IA te ayude a definir tu arquetipo de marca.

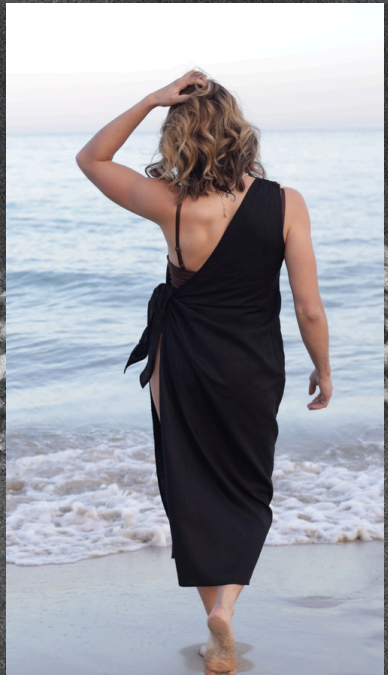
Quiero que me ayudes a identificar mi arquetipo de marca dominante en base a mis respuestas. Aquí va mi información:

- Mis 3 valores innegociables son: [Escribe aquí tus tres valores esenciales: ej. libertad, autenticidad, servicio]
- Quiero que las personas se sientan cuando ven o interactúan con mi marca. [Ejemplo: inspiradas, en calma, desafiadas, seguras, motivadas]
- La personalidad de mi marca es: [Ejemplo: cercana, elegante, divertida, provocadora, sabia]
- Lo que me diferencia de otros es que yo: [Ejemplo: cuento historias con profundidad, uso diseño emocional, hablo desde la experiencia, etc.]
- Mi cliente ideal espera encontrar en mí: [Ejemplo: guía, claridad, belleza, transformación, estructura]

Con esta información, ayúdame a descubrir cuál de los 12 arquetipos de marca es el dominante en mi comunicación, y cómo puedo potenciarlo visual y verbalmente para conectar mejor con mi audiencia.



CÓMO INTERPRETAR
VISUALMENTE UN
ARQUETIPO



LA MARCA QUE HABITA EN MI

LA MARCA QUE HABITA EN MI

Tu marca no solo se dice, se ve. Cada imagen, gesto, color y elección estética es un pedazo de tu voz emocional. Y cuando aprendes a leer tu comunicación visual desde el lenguaje de los arquetipos, dejas de improvisar y comienzas a construir con intención.

Un arquetipo no se representa solo por una pose o un vestuario: se revela en la energía que proyectas, en la atmósfera que creas, en cómo habitas tu cuerpo y el entorno.

En esta sección, te muestro cómo una serie de fotos puede combinar distintos arquetipos de forma armónica, y cómo puedes usar eso para diseñar tu propio universo visual.

VAMOS A ANALIZAR LA SIGUIENTE SERIE FOTOGRÁFICA QUE REALIZAMOS EN IBIZA.

Esta serie no grita, pero dice mucho. Se muestra desde la sencillez del Inocente, con la calidez y la intimidad del Amante, y una energía que fluye como el mar del Explorador. Es una danza entre la calma, el cuidado y la búsqueda. Así se ve una marca que no actúa un personaje, sino que habita sus arquetipos con verdad. Y eso... se siente.



ARQUETIPO PRINCIPAL: *EL INOCENTE*

Este arquetipo es el corazón visual de esta serie.

El vestuario claro, los escenarios luminosos, la naturalidad de las poses, el juego con el agua, la playa y el gesto relajado nos sitúan en una atmósfera de honestidad, paz interior y autenticidad. El Inocente habla de pureza, de confianza en la vida y en el mensaje. La sonrisa sin forzar, los colores neutros y la luz suave evocan un mensaje transparente, sin pretensión, pero profundamente potente.

¿Qué transmite el Inocente aquí?

Cercanía emocional, calma visual, cuidado personal sin esfuerzo, una belleza real, y la sensación de que no necesitas impresionar porque ya eres suficiente.

ARQUETIPO SECUNDARIO: *EL AMANTE*

Aparece con fuerza en los detalles del lenguaje corporal y en la estética cuidada: el pañuelo elegante, el escote suave, el gesto de aplicarte crema con mimo, los tonos cálidos. El Amante está presente en cómo habita su cuerpo y su espacio, en la sensualidad sutil que no busca provocar, sino celebrar el gozo de ser tú.

¿Qué comunica el Amante aquí?

Amor propio, placer cotidiano, conexión con el cuerpo y con la belleza como ritual. Hay elegancia emocional, suavidad femenina y una voz que dice: "soy mi prioridad".

MATIZ DE TERCER ARQUETIPO: *EL EXPLORADOR*

Se percibe especialmente en las imágenes donde camina hacia el mar, o pisa la arena con seguridad, en movimiento. El cuerpo en acción, la relación con el entorno natural, el viento en el cabello, el pie descalzo... todo eso habla de libertad, búsqueda, conexión con algo más grande.

¿Qué aporta el Explorador aquí?

Autonomía, fluidez, autenticidad en transición. No estás “posando”, estás habitando el momento. El mar es símbolo de expansión emocional, de un viaje interior. Refleja a una mujer que se mueve hacia su verdad.



@CRISTINAFUERTECM

LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

LO QUE HABITA *EN MÍ*

No sé si alguna vez has tocado un slime. Es suave, relajante, pero pegajoso. Hay algo hipnótico en él... y al mismo tiempo, incómodo. Así me pasa con las demostraciones de cariño. Me encantan los abrazos, sí. Pero no dejo de entrecerrar los ojos como si mi cuerpo y mi mente estuvieran ajustándose a algo que les cuesta procesar.

Te cuento esto porque durante mucho tiempo pensé que eso era “un defecto”. Que no saber conectar con naturalidad me hacía menos cercana, menos humana. No lo entendía. Hasta que un día, mirándome con más compasión y profundidad, descubrí que no era desamor... era autoprotección. Era historia. Era un patrón.

A los 16 años me fui de casa. Y no lo hice por rebeldía adolescente, lo hice por necesidad. Desde los 11 sufrí de abuso “ **SUFRIR NO ES UNA PALABRA QUE ME GUSTE**” pero esto lo dejaremos para otro libro. Lo cierto es que sentía que si me quedaba allí, terminaría repitiendo una vida que no me pertenecía. Crecí en un barrio donde fui muy feliz pero también el mismo que me enseñó que si quieres algo tienes que tomarlo. Aunque ahora entiendo muchas cosas, en ese entonces solo sabía que no pertenecía. Quería Huir de lo predecible. Huir de lo que dolía.



Mi vida ha sido una declaración de guerra contra lo establecido. Un constante “aunque no pueda, lo hago”. Pero también ha sido una búsqueda de reconciliación: con mi historia, con mi cuerpo, con mis emociones.

Cuando descubrí los arquetipos de marca, entendí por fin ese lenguaje invisible que siempre había habitado en mí. **Pude mirar de frente a mi Rebelde —la que rompe, la que no se conforma—, abrazar a mi Amante —la que busca conectar con belleza, aunque a veces le cueste sostenerla— y honrar a mi Sabia —la que aprendió a guiar sin querer salvar a nadie.**

Y ahí lo comprendí todo: que los arquetipos no son etiquetas. Son espejos. Son mapas. Son formas de entendernos con amor y usar eso que somos para crear marcas poderosas, reales y emocionalmente libres es.

Este pilar no ha sido una lección de branding. Ha sido un viaje hacia ti misma.

Y si lo has sentido, si algo te tocó... entonces ya comenzaste a habitar tu marca de verdad.

Pilar 2.

MARCA CON CUERPO, ALMA Y COHERENCIA

Este pilar es un llamado a la presencia. Aquí no hablamos de “verse bien”, hablamos de sostener con el cuerpo lo que la voz comunica. Vas a aprender a tomar decisiones visuales que tengan raíz, intención y emoción.



Ya exploraste lo que habita
en ti. Ya le pusiste nombre,
forma, color y voz.



@MAIDER_INCLAN

Ahora, es momento de hacer que ese universo interno se proyecte con coherencia cada vez que tomas una decisión para tu marca. Este pilar no viene a repetirte qué colores o qué luz usar según tu arquetipo (eso ya lo viste). Viene a ayudarte a no perderte cuando el algoritmo, la comparación o las modas te griten al oído.



{Pilar 2}

ERROR 404:
MARCA SIN CUERPO

Porque muchas marcas se ven bien... pero no se sienten. Tienen estética, pero no alma. Lucen profesionales, pero no conectan.

¿Por qué? Porque su comunicación visual no nace de una verdad interna, sino de una fórmula copiada. De una tendencia. De un "esto le funcionó a ella". Y así, se crea una marca vacía que puede vender hoy, pero no sostenerse mañana.

SEÑALES de alerta:

- Tu marca cambia de estilo visual cada 3 meses.
- Te cuesta elegir qué fotos compartir porque “todas están bonitas, pero ninguna te representa”.
- Te ves bien en cámara, pero no te reconoces.
- Publicas para cumplir, pero no sientes conexión con lo que muestras.
- Tus contenidos tienen likes, pero no conversaciones.
- La estética de tu marca gusta, pero no genera vínculos duraderos.

La solución: No es más diseño. Es más conciencia. Es revisar si lo que estás mostrando es realmente lo que vibra contigo.

Porque no basta con tener una marca bonita. Necesitas una marca con cuerpo. Una marca que sostenga lo que prometes. Y eso implica presencia. Implica coherencia. Implica el coraje de no “parecer”, sino de SER. Porque tu estética también es tu declaración emocional. Y cuando está vacía, por muy hermosa que sea... no deja huella.



LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

CHECKLIST EXTENDIDO: *¿MI MARCA TIENE CUERPO?*

Este listado no es para juzgarte, es para que hagas una pausa y observes desde la conciencia. Marca las que sientes que son ciertas, y úsalas como guía para tu próxima evolución visual.

Señales de una marca sin cuerpo	✓
Te cuesta elegir qué imagen representa tu mensaje	
Cambias constantemente de colores o estilo visual	
Sientes que tu estética agrada pero no emociona	
Tus publicaciones no generan comentarios o conversación	
Tienes fotos bonitas, pero no sabes cómo usarlas	
Te sientes una espectadora de tu propia marca	
Sientes que te “disfraces” de marca en vez de habitarla	
Tu contenido no refleja tu estado interno actual	
A veces dudas si tu comunidad realmente te entiende	
Tu feed está cuidado, pero no te representa al 100%	

Si marcaste 3 o más: tal vez tu marca esté pidiendo más cuerpo, más coherencia y más verdad visual.

No pasa nada. Estás a tiempo. Este ebook es para eso.

A close-up portrait of a woman with long dark hair, wearing a black blazer. She is adorned with gold jewelry: a chunky chain necklace, hoop earrings, a nose ring, and several rings on her fingers. Her hands are clasped in front of her chest. The background is a solid dark red color.

LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

TU MANUAL DE *DECISIÓN VISUAL*

Esta guía es tu recordatorio permanente cuando tengas dudas, bloqueos creativos o miedo de mostrarte.

Preguntas para filtrar cualquier decisión visual:

- ¿Esta imagen vibra con mi arquetipo?
- ¿Lo que estoy mostrando es coherente con lo que quiero que sientan de mí?
- ¿Este diseño me representa a mí o a una tendencia ajena?
- ¿Estoy eligiendo desde la intención o desde el miedo a quedarme atrás?
- ¿Mi lenguaje visual está alineado con mi energía de este momento?

¿Mi contenido visual...	✓
Refleja el arquetipo que deseo posicionar	
Comunica desde mi verdad, no desde la comparación	
Tiene un propósito claro más allá del algoritmo	
Me representa como marca y como persona	
Genera emoción, no solo impacto visual	

Porque **no necesitas hacerlo como todas. Solo necesitas hacerlo como tú.**

Este pilar es tu brújula interna para no desviarte cuando todo afuera parezca gritar lo contrario. Tu voz, tu estética, tu marca... son herramientas de poder cuando están alineadas.



LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

LA BITÁCORA VISUAL: *TU ESPACIO DE CREACIÓN LIBRE*

Aquí no hay respuestas correctas. Solo espacio para explorar, experimentar y crear con conciencia. Esta sección está pensada para ti, para que empieces a aterrizar **tu universo visual desde tu intuición y tu arquetipo.**

APROVECHA ESTE *ESPACIO* PARA:

- Crear tu moodboard de marca (colores, texturas, luces, escenarios que te representan).
- Esbozar ideas de fotos o campañas que sí reflejen tu voz.
- Anotar frases, símbolos, palabras clave que te conecten con tu esencia.
- Registrar lo que ya NO quieres mostrar o repetir.

Este ejercicio es tu brújula creativa. **No es para publicar, es para que no te pierdas.** Para que tengas un lugar al que volver cuando todo afuera te diga que te ajustes. Porque cuando te expresas desde lo que eres, no solo creas una marca: **construyes un espacio donde puedes habitarte.**

A black and white close-up portrait of a woman laughing joyfully. She is wearing a dark blazer, a chain-link necklace, and large hoop earrings. Her hair is pulled back, and her eyes are closed in a genuine expression of happiness. The background is a plain, light color.

LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

PLANTILLA CREATIVA PARA COMPLETAR:

Pregunta	Respuesta
Mi marca se siente como... (colores, temperatura, energía)	
Palabras que definen mi esencia	
Frases o mantras que me conectan con mi propósito	
Escenarios visuales que me representan	
Gesto corporal que comunica mi verdad	
Lo que me incomoda mostrar, pero me representa	
Lo que ya no quiero usar porque no vibra conmigo	
Mi próxima sesión de fotos se va a sentir como...	

LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

@ANA_JMNEZ



LA ESTÉTICA COMO *REFLEJO DE TU ALMA*

Este no es un manual de branding.

No estás aquí para buscar plantillas. Estás aquí para encontrarte. Y en este segundo pilar hicimos justo eso: te mostré que tu imagen no es un disfraz, es una traducción. Que tu estética no se diseña para gustar, sino para reflejarte con coraje y verdad.

Porque no hay nada más estratégico que una marca que se conoce y se expresa desde ahí.

Así que la próxima vez que vayas a elegir una foto, un color, un vestido, una publicación... detente un segundo. Respira. Y pregúntate:

¿Esto me representa? ¿O solo me acomoda?

Tu imagen tiene poder. Tu lenguaje visual es tu bandera. Y si lo ondeas con conciencia, tu marca no solo se ve: se siente, se recuerda y transforma.

Y como me encanta extenderme, aquí va una de esas historias que pasan en la vida real — y como no, tenía que pasarme a mí.

Cuando estaba en la universidad, me enamoré perdidamente de un morenazo de ojos claros, enano como la historia de Blancanieves, pero eso... me traía loquita. Yo era la universitaria del barrio, estudiando en una universidad pija y privada por la que tuve que trabajar muchísimo para pagarla. Rodeada de personas que se movían en otra dinámica. Aunque la diferencia de clase era evidente, no se trataba solo de dinero. Era mentalidad, códigos, conversaciones.



Hablaban de programas de televisión a los que yo no tenía acceso, todos con su BlackBerry nuevo y con el bendito pin. Yo estaba en un entorno que no entendía y donde sentía que, para encajar, tenía que adaptarme.

Cuando aquel morenazo al fin me vio, yo quise ser parte de su entorno. De su mundo. La verdad es que no duró mucho. No quería esas conversaciones, pero era todo lo que escuchaba. Me forcé. Me disfracé. Y, como era de esperarse, terminé frustrada.

Durante años culpé a su entorno, a sus formas, a su “mundo”. Pero el problema no era de ellos. El problema era mío por querer imitar algo que no era para mí. Por querer pertenecer.

Hoy entiendo que ese deseo de encajar es común... pero también es la raíz de muchas marcas vacías. Porque cuando quieres proyectar lo que no eres, tarde o temprano el alma se resiente. Y lo que muestras deja de tener sentido.

Por eso este pilar existe. Porque la marca que habita en ti no necesita maquillaje ni moldes ajenos. Solo necesita espacio, valentía y presencia.

Habítate. Y deja que tu estética no solo muestre, sino que honre lo que realmente eres.

Pilar 3.

HABITAR TU VOZ — DE LA VISIÓN A LA ACCIÓN

Este es el momento de materializar. Todo lo que descubriste de ti —tu arquetipo, tu estética, tu historia— toma forma aquí. Vamos a traducir tu verdad en decisiones, en presencia. No más dudas al mostrarte. No más contenido que no te representa. Vas a construir un plan de acción coherente, humano y poderoso.



@MIGCELYPABON



Ya hiciste el trabajo profundo de *conectar con tu esencia*, nombrar tu arquetipo y construir una estética con alma.



@CLAUDIACEBRIANOFICIAL

Ahora toca algo igual de importante: pasar a la acción sin traicionar lo que descubriste. Este pilar es tu espacio para convertir la introspección en movimiento. Porque de nada sirve conectar con tu verdad si, cuando llega el momento de decidir, vuelves al miedo, a la comparación, al "mejor lo hago como ella".

Aquí no vas a encontrar una fórmula mágica, pero sí una serie de ideas, filtros y prácticas conscientes para que tomes decisiones visuales alineadas con tu marca cada día.

MINI PLAN DE IMPLEMENTACIÓN: *¿POR DÓNDE EMPIEZO?*

1. **Audita tu imagen actual**

- ¿Tus fotos, colores y textos reflejan lo que has descubierto de ti?
- ¿Qué elementos puedes ajustar para alinearte más con tu arquetipo?

2. **Define 3 no negociables visuales**

- Por ejemplo: “Nunca uso filtros que distorsionen mi piel”, “Siempre comunico desde la claridad emocional”, “Mi tipografía debe representar elegancia accesible”.

3. **Elige un canal y haz limpieza**

- Instagram, web, LinkedIn... El que más uses. Révisalo como si fueras tu cliente ideal y pregúntate: “¿Qué le haría confiar en mí?”

4. **Diseña un espacio visual para crear desde ti**

- Usa Pinterest, Notion o un cuaderno físico para ir guardando referencias que Sí te representen.

5. **Agenda una sesión de fotos o crea contenido nuevo desde tu esencia**

- No importa si es profesional o con tu móvil. Lo importante es que nazca de lo que ahora sabes de ti.



LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

BONUS: 10 RECORDATORIOS PARA NO DESCONECTARTE DE TU VOZ VISUAL

- 1. Tu marca no necesita verse perfecta. Necesita verse real.*
- 2. Cada publicación es una oportunidad de expresarte, no de validarte.*
- 3. Lo que es auténtico hoy puede evolucionar mañana. Y está bien.*
- 4. No todas tienen que entenderte. Tienes que resonar con las correctas.*
- 5. La estética sin alma es solo decoración.*
- 6. No publiques para llenar el feed. Publica para llenar de sentido tu mensaje.*
- 7. Si sientes incomodidad, revísala: ¿es miedo o incoherencia?*
- 8. Tu lenguaje visual puede ser tu mayor acto de amor propio.*
- 9. Mostrarte como eres no es exponerte, es liderarte.*
- 10. Habitar tu voz no es una meta, es una práctica diaria.*



LA MARCA QUE HABITA EN MÍ
UN EBOOK DE TRANSFORMACIÓN VISUAL
POR KARELYS RUIZ.

RITUAL DE CIERRE: *EL LUGAR DONDE HABITA TU MARCA*

Después de todo este recorrido, quiero que respires profundo y te regales un momento para integrar. Porque tu marca no es solo una estrategia. Es un espacio emocional. Es tu historia con forma y presencia.

Hoy ya sabes que:

- Tu estética no es adorno. Es identidad.
- Tu arquetipo no te limita. Te revela.
- Tu comunicación visual no solo impacta: puede sanar, inspirar y transformar.

Así que antes de cerrar este ebook, quiero regalarte este pequeño ritual:

Cierra los ojos. Visualiza tu marca como si fuera una casa. ¿Cómo es por fuera? ¿Qué colores tiene? ¿Qué se siente al entrar? ¿Qué ves en las paredes? ¿Qué está diciendo sin hablar?

Ahora visualízate a ti, habitándola con comodidad, seguridad y poder. Sin imposturas. Sin disfraces. Sin filtros.

Repite en voz baja, o escríbelo:

“Mi marca habita en mí. No la invento, la reconozco. No la fuerzo, la integro. No la imito, la honro.”

Este es tu punto de partida, no tu meta final. Lo visual es solo el primer idioma de algo mucho más profundo: tu verdad.



Gracias por llegar hasta aquí.
Gracias por darte este espacio.
Y sobre todo, **gracias por elegir mostrarte con coraje y alma.**

Gracias por leer cada palabra, por atreverte a mirar dentro y por darte el permiso de mostrarte con más conciencia. Gracias por recordarme —una vez más— que la autenticidad también es estrategia, y que el alma tiene lugar en el negocio.

Si esto te removió, te inspiró o te dejó pensando... no lo dejes aquí. Llévalo contigo. A tus fotos. A tus textos. A tu manera de aparecer en el mundo.

Porque cuando tú habitas tu marca con verdad, el mundo también lo siente.

**Con cariño y rebeldía,
Karelys Ruiz.**

LA MARCA

QUE HABITA EN MI

BY KARELYS RUIZ



Este no es un manual de branding.

Es una guía honesta, provocadora y profundamente humana para mujeres que quieren liderar desde su verdad.

En estas páginas vas a descubrir cómo traducir tu esencia en imágenes, palabras y decisiones visuales con intención. Aprenderás a nombrar tu arquetipo, construir una narrativa auténtica y diseñar una estética que no solo se ve bien, sino que conecta, transforma y vende.

Porque cuando te habitas con conciencia, tu marca deja de ser una estrategia...

y se convierte en un lugar donde puedes quedarte a vivir.