

# Design Thinking

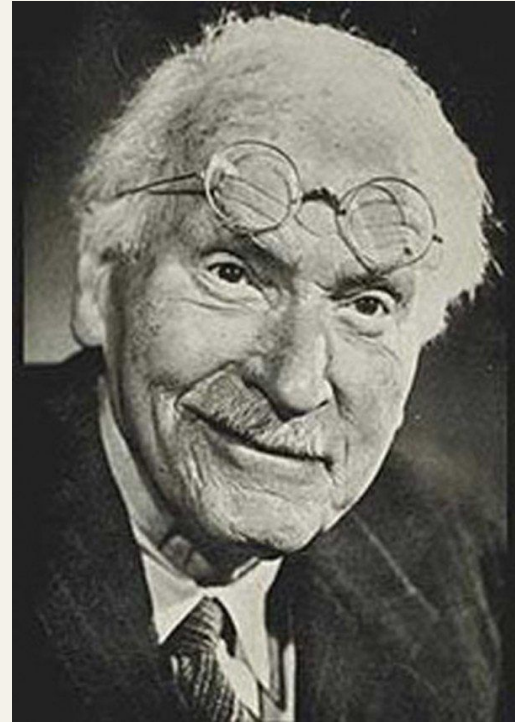
Departamento Informática y computación

Universidad Tecnológica Metropolitana (UTEM) - 2023

# ¿Qué son los Arquetipos?

Los arquetipos de **Carl Jung** son patrones universales de comportamiento y motivación que se encuentran en el inconsciente colectivo de todas las culturas.

Estos arquetipos pueden ser útiles en un proceso de Design Thinking **para comprender mejor a los usuarios y sus necesidades**, ya que ayudan a descubrir las motivaciones y comportamientos subyacentes que impulsan las decisiones y acciones de las personas.



# ¿Qué son los Arquetipos?

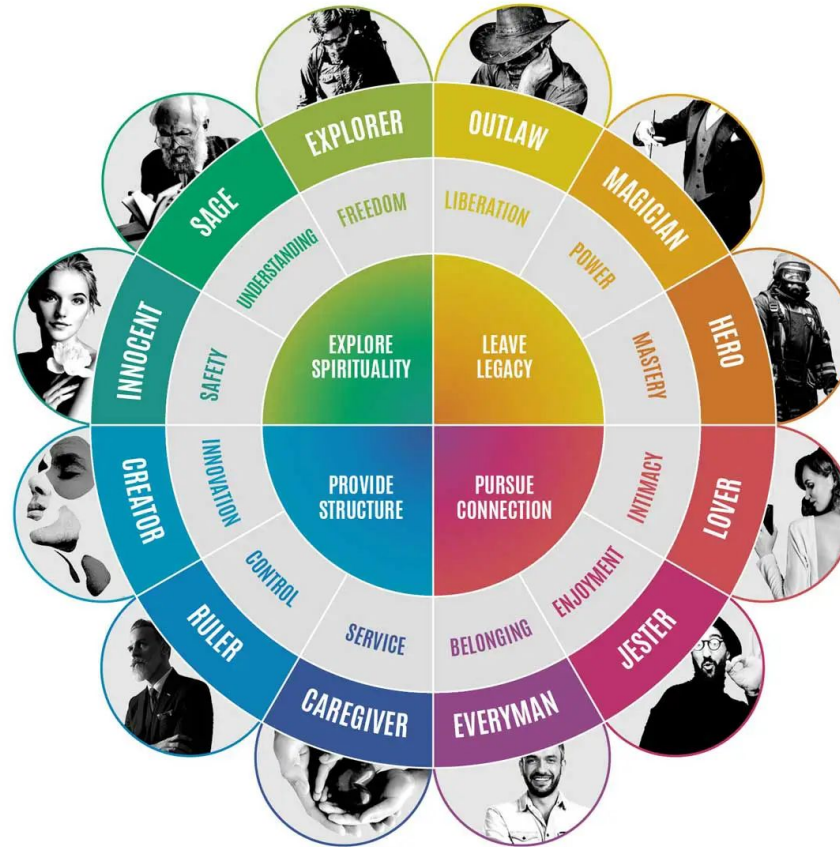
- Carl Jung fue un psiquiatra muy reconocido por su influencia en el psicoanálisis y su posterior estudio de la psicología humana a través de la psicología analítica.
- Jung configuró la psicología analítica y se enfocó en el concepto del **Inconsciente Colectivo**.
- Los arquetipos son patrones de imágenes y símbolos que se repiten de manera constante a lo largo de la historia y en diferentes culturas.
- Para Jung, los arquetipos configuran la base de la psique humana y se forman a través de patrones innatos en todas las culturas.

“No podemos cambiar nada sin antes comprender”.  
La condena no libera, oprime”

—Carl Jung

# Los 12 Arquetipos (en los negocios)

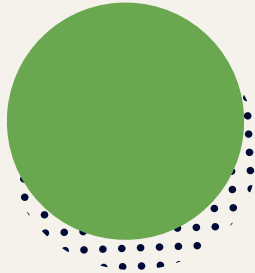




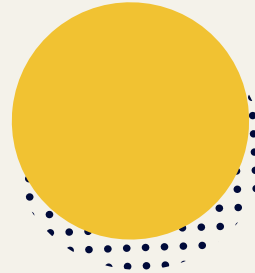
Fuente: [Brand Archetypes – Ultimate Guide with Examples](#) (¡Por favor leer!)

# 4 focos centrales

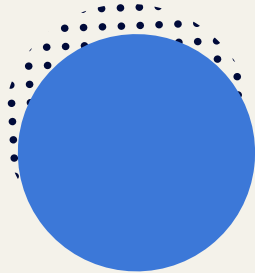
“Explorar espiritualidad”



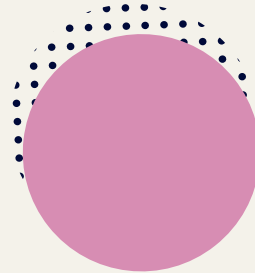
“Dejar un legado”



“Proveer estructura”



“Persigue la conexión”



# Inocente

(“Explorar espiritualidad”)



The Innocent

♥ SAFETY

“ Life Is Simple  
And Simplicity Is Elegant ”

 BRAND VOICE

 BRAND MESSAGE

Optimistic

Honest

Humble

*The Most Wholesome Things in  
Life are Unadulterated and Pure.*

**Seguridad:** soñadores ingenuos, simples y honestos.

- **Meta:** ser feliz.
- **Miedo:** ser castigado por hacer algo malo.
- **Debilidad:** confiar demasiado en los demás.
- **Talento:** fe y apertura mental.

# Sabio(a) (“Explorar espiritualidad”)



## The Sage

UNDERSTANDING

*The Truth  
Will Set You Free*

**BRAND VOICE**

- Knowledgeable
- Assured
- Guiding

**BRAND MESSAGE**

*Education Is The Path  
To Wisdom And Wisdom Is  
Where The Answers Lie.*

**Entendimiento:** valora la verdad, el conocimiento y el aprendizaje.

- **Meta:** usar la sabiduría y la inteligencia para entender el mundo y enseñar a otros.
- **Miedo:** ser ignorante o ser percibido como un estúpido.
- **Debilidad:** no puede tomar una decisión porque cree que nunca tiene suficiente información.
- **Talento:** sabiduría, inteligencia y curiosidad.



# Explorador(a) (“Explorar espiritualidad”)



**THE EXPLORER**

♥ FREEDOM

“ Don't Fence Me In ”

 BRAND VOICE

 BRAND MESSAGE

Exciting

Fearless

Daring

*You Only Get One Life.  
Get Out And Make It Count.*

**Libertad:** busca experimentar nuevas emociones.

- **Objetivo:** experimentar la mayor cantidad de vida posible en una vida.
- **Miedo:** quedar atrapado o verse obligado a conformarse.
- **Debilidad:** deambular sin rumbo e incapacidad para aferrarse a las cosas.
- **Talento:** ser fiel a sus propios deseos y una sensación de asombro.

# Rebelde

(“Dejar un legado”)



## The Outlaw

♥ REVOLUTION

“ Rules are made to be broken ”

 BRAND VOICE

 BRAND MESSAGE

Disruptive

Rebellious

Combative

*You don't have to settle for status quo. First, demand more, second, go out and get it.*

Revolución: hacer las cosas de manera diferente. Romper las estructuras.

- **Meta:** derribar lo que no funciona.
- **Miedo:** ser incapaz de lograr un cambio.
- **Debilidad:** llevar su rebelión demasiado lejos y obsesionarse con ella.
- **Talento:** tener ideas grandes e inspirar a otros a unirse a ellos.

# Mago (“Dejar un legado”)

*The Magician*

POWER

“ It can happen

BRAND VOICE

BRAND MESSAGE

Mystical

Informed


Reassuring

Tomorrow is brighter than today  
and all your dreams can come  
true if you believe.

**Poder:** hacer realidad lo imposible.

- **Objetivo:** comprender las leyes fundamentales del universo.
- **Miedo:** consecuencias negativas no deseadas.
- **Debilidad:** convertirse en un manipulador o egoísta.
- **Talento:** transformar la experiencia cotidiana de la vida de las personas al ofrecer nuevas formas de ver las cosas.


# Héroe (“Dejar un legado”)




## The Hero

♥ MASTERY

“Where there's a will  
theres a way

 BRAND VOICE

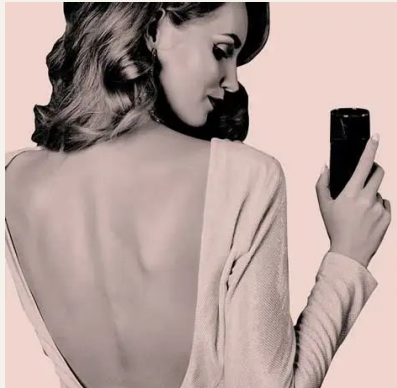
 BRAND MESSAGE

Honest	We can make the world better. We have the grit and determination to outwork the rest.
Candid	
Brave	

**Maestría (dominio):** determinación por superar sus objetivos.

- **Objetivo:** ayudar a los demás y proteger a los débiles.
- **Miedo:** ser percibido como débil o asustado.
- **Debilidad:** arrogancia, siempre necesitando otra batalla para luchar contra ella.
- **Talento:** competencia y coraje.


# Amante (“Persigue la conexión”)




*The Lover*

♥ INTIMACY

“ I only have eyes for you

 BRAND VOICE

 BRAND MESSAGE

Sensual

Empathetic

Soothing


Your Striking Beauty Is Impossible To Ignore.

**Intimidad:** sensual y emotivo(a).  
Tiene una personalidad apasionada.

- **Objetivo:** estar en una relación armónica con las personas, el trabajo y el entorno que aman.
- **Miedo:** sentirse no deseado o no amado.
- **Debilidad:** deseo de complacer a otros en riesgo de perder su propia identidad.
- **Talento:** pasión, aprecio y diplomacia.

# Bufón


("Persigue la conexión")




*The Jester*

♥ PLEASURE

“ If I can't dance,  
I'm not part of it ”

 BRAND VOICE

 BRAND MESSAGE

Fun Loving

Playful


Optimistic

We're here for a short time, not  
for a long time. Let your hair  
down and start living life.

**Placer:** buscan su satisfacción y exponer la verdad con una broma.

- **Objetivo:** aligerar el mundo y hacer reír a los demás.
- **Miedo:** ser percibido como aburrido por los demás.
- **Debilidad:** frivolidad, perder el tiempo y ocultar emociones bajo un disfraz humorístico.
- **Talento:** ver el lado divertido de todo y usar el humor para un cambio positivo.


# Regular (“Persigue la conexión”)




## The Everyman

♥ BELONGING

“ You’re Just Like Me  
And I’m Just Like You ”

 BRAND VOICE

 BRAND MESSAGE


Friendly	When we treat each other with honesty and friendliness we can live together in harmony
Humble	
Authentic	

**Pertenecer:** expresa rasgos de sencillez y falta de pretensiones.

- **Objetivo:** pertenecer.
- **Miedo:** quedarse fuera o sobresalir de la multitud.
- **Debilidad:** puede ser un poco cínico.
- **Talento:** honesto y abierto, pragmático y realista.




# Cuidador(a) (“Proveer estructura”)




*The Caregiver*

♥ SERVICE

“ Love Your Neighbour  
As Yourself ”

 BRAND VOICE

 BRAND MESSAGE

Caring

Warm

Reassuring

*Everyone deserves care and  
we must all strive to bestow  
service upon one another.*

Servicio: llenos de empatía y compasión.

- **Meta:** ayudar a los demás.
- **Miedo:** ser considerado egoísta.
- **Debilidad:** ser explotado por otros.
- **Talento:** compasión y generosidad.



# Gobernante

(“Proveer estructura”)



## The Ruler

♥ CONTROL

“ Power isn't everything,  
It's the only thing ”

 BRAND VOICE

 BRAND MESSAGE

Commanding

Refined

Articulate

You are Successful in work and  
in life. Reward your excellence  
and your achievements.

**Control:** motivado por el deseo de poder y control.

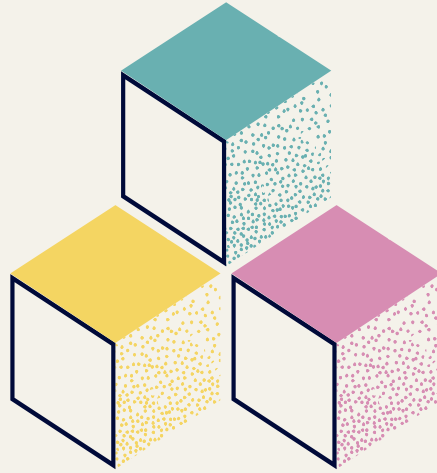
- **Meta:** crear una familia o comunidad próspera y exitosa.
- **Miedo:** el caos y ser derrocado.
- **Debilidad:** ser autoritario, incapaz de delegar.
- **Talento:** responsabilidad, liderazgo.

# Creador(a) (“Proveer estructura”)



**Innovación:** son apasionados de la autoexpresión y la imaginación.

- **Objetivo:** crear cosas de valor duradero.
- **Miedo:** no crear nada importante.
- **Debilidad:** perfeccionismo y bloqueos creativos.
- **Talento:** creatividad e imaginación.



# Design Thinking

Departamento Informática y computación

Universidad Tecnológica Metropolitana (UTEM) - 2023