

UNIDAD N° 6

Branding

La influencia de los colores en las marcas y lo que tener en cuenta a la hora de elegirlos.

La elección de colores para tu marca es algo que deberás elegir con mucho cuidado

El color es la impresión producida por un tono de luz en los órganos visuales, o más exactamente, es una percepción visual que se genera en el cerebro. Dentro del marketing el color es una de las características principales que nos permite seducir a los clientes para atraerlos hacia nuestros productos y servicios.

Los colores tienen una gran influencia en el comportamiento psicológico de cada individuo, y las decisiones de compra no iban a ser menos. Según un estudio de *Color Marketing Group*, firma especializada en el uso de los colores, el color representa un 85% de la importancia en la decisión de compra de un producto o servicio.

Pero los colores no son solo importantes a la hora de elegir un producto, también son fundamentales en el branding, para dotar a la marca de unos valores determinados de cara a los consumidores. Por eso la elección de colores para tu marca es algo que deberás elegir con mucho cuidado.

¿Qué debes tener en cuenta a la hora de elegir el color de tu marca?

Todas las marcas poseen un color que las representa y en la mayoría de las ocasiones al nombrarnos una marca, es su color el primer recuerdo que nos viene a la mente. En definitiva, la elección de un color corporativo es uno de los pasos más importantes si estas aprendiendo a diseñar logos. A la hora de elegir el color para tu marca debes responder a unas preguntas básicas

¿Con qué emociones quieres provocar?

Leatrice Eiseman, en su libro *El color: mensajes y significados*, explica que los colores provocan diferentes emociones en los seres humanos. Por lo tanto, debes reflexionar

sobre qué emociones quieres que transmita tu marca y utilizar colores que estén en consonancia con ellas.

¿Qué tonos se usan en mi industria?

Presta atención a los tonos que principalmente se usan en tu industria para no elegir un color que no se vea natural a la hora de asociar tu marca a esa industria. Por ejemplo, en Estados Unidos el rojo se asocia con carne, el plateado con productos lácteos o el amarillo con postres.

¿Cuál es la personalidad de tu marca?

Como hemos dicho al principio los colores transmiten emociones, pero también personalidad a tu marca. Por eso debes decidir cuáles son los colores más adecuados para transmitir la personalidad que quieres otorgarle a tu marca.

¿Qué colores usa la competencia?

Una gran forma para diferenciarte de la competencia, sobre todo si estos tienen ganada una gran cuota de mercado, es el color. Por ejemplo, Pepsi utiliza el azul en contraposición con el rojo de Coca-Cola.

¿Los colores están en consonancia con mi mensaje?

Es mucho más probable que los consumidores creen en tu mensaje si los colores en los que lo imprimes están en consonancia con él. Por ejemplo, si estás hablando de ecología es más creíble usar un texto verde que uno rojo.

¿Qué colores debes elegir para tu marca?

A la hora de elegir los colores para tu marca deberás tener en cuenta que no es el color solo de tu logo, sino que para que su comunicación sea efectiva deberás usarlo en todos tus soportes: desde la página web hasta los membretes de las cartas o las tarjetas de visita.

Pero ¿qué transmite cada color? A continuación, te ofrecemos una pequeña guía para que lo tengas más fácil a la hora de decidir:

- **Rojo:** Es un color cálido e intenso, que transmite diversas emociones que van desde la aventura hasta el peligro. Pero a la hora de usarlo en el logotipo de una

marca suele asociarse con la aventura, la energía, la fuerza, el vigor o la pasión. Hay diversos estudios que corroboran que puede llegar a provocar hambre o que aumente la presión sanguínea. Por todo ello es ideal para bebidas energéticas, restaurantes o productos relacionados con el motor.



- **Rosa:** Es un color tradicionalmente asociado con lo femenino, la delicadeza, la inocencia y el romanticismo. En general se usa para añadir una connotación femenina a los logos y a los productos para mujeres. Es recomendable para productos femeninos, infantiles o golosinas.



- **Amarillo:** Es un color que tradicionalmente se relaciona con la alegría, la felicidad, el verano o el sol. A la hora de utilizarlo en logos suele querer transmitir felicidad y calidez. Es conveniente sobre todo para productos infantiles y de ocio; así como para anunciar ofertas especiales y novedades.



- **Naranja:** Está formado por el rojo y el amarillo, con lo cual contiene características de ambos. Transmite fuerza y confianza como el rojo y el optimismo y la alegría del amarillo. El naranja se suele ser utilizado por empresas que tienen como audiencia el público joven, empresas que quieren transmitir modernidad.



- **Verde:** Representa la vida, la frescura, el medio ambiente, la vegetación, la ecología y todos los valores que tienen que ver con ello. Normalmente es usado por empresas que quieren transmitir sus valores ecológicos y de respeto por la naturaleza.



- **Azul:** Es uno de los colores más usados por las empresas, tanto como color principal como para dar algún detalle. Transmite autoridad, seguridad, éxito, confianza y lealtad. También es un color que se puede identificar como masculino. Por lo tanto, lo encontraremos en medicina, agencias gubernamentales y empresas digitales o tecnológicas.



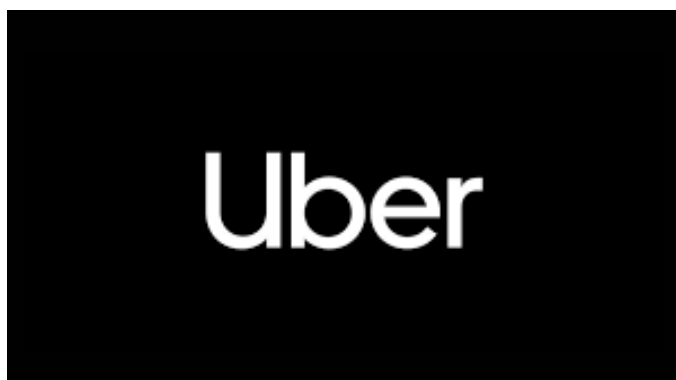
- **Negro:** Es técnicamente hablando la ausencia de color. Transmite valores como tradición, seriedad, elegancia y misterio. Se suele utilizar en empresas que se dirigen a una clientela con poder adquisitivo alto, ya que se asocia con el lujo y la elegancia.



- **Gris:** Transmite sobre todo estabilidad y neutralidad. Es el punto medio entre el negro y el blanco. Suele utilizarse sobre todo para tipografías gracias a su neutralidad.



- **Blanco:** Es el color por excelencia de la paz y la pureza. También transmite estilo, elegancia y honestidad. Se utiliza en cosmética, cuidado personal, belleza, entre otras. La mayoría de los casos sirve para equilibrar el otro color.



A la hora de elegir cual es el color más adecuado para tu marca deberás tener en cuenta también el color representativo del producto que vas a ofrecer. Si vas a usar una combinación de colores será importante que sepas juntarlos bien para que no quedé desastroso. Las combinaciones más recomendables son:

- **Amarillo sobre negro**



- **Rojo sobre negro**



- Blanco sobre rojo



- Rojo sobre blanco



- Azul sobre blanco

facebook®

- **Amarillo sobre azul**



- **Blanco sobre azul**



- **Negro sobre blanco**

