

CÓMO INFLUYE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR A TU MARCA



Mtra. Mónica Paola Córdova Fernández
Diseñadora Gráfica

CÓMO INFLUYE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR A TU MARCA



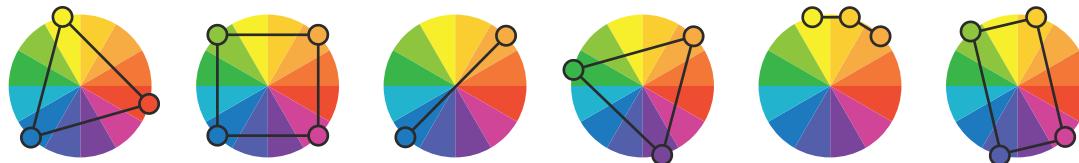
Sabías que los colores despiertan diversas emociones, muchas de las tonalidades que tienen pueden cambiar tu estado de ánimo, por ejemplo, ponerte feliz o por lo contrario triste.

Los colores pueden tener significados completamente diferentes, por esta razón es importante conocer cómo funciona la psicología del color.

"Quien nada sabe sobre los efectos universales y el simbolismo de los colores, jamás podrá emplearlos adecuadamente".

Eva Heller

¿QUÉ ES LA PSICOLOGÍA DEL COLOR?



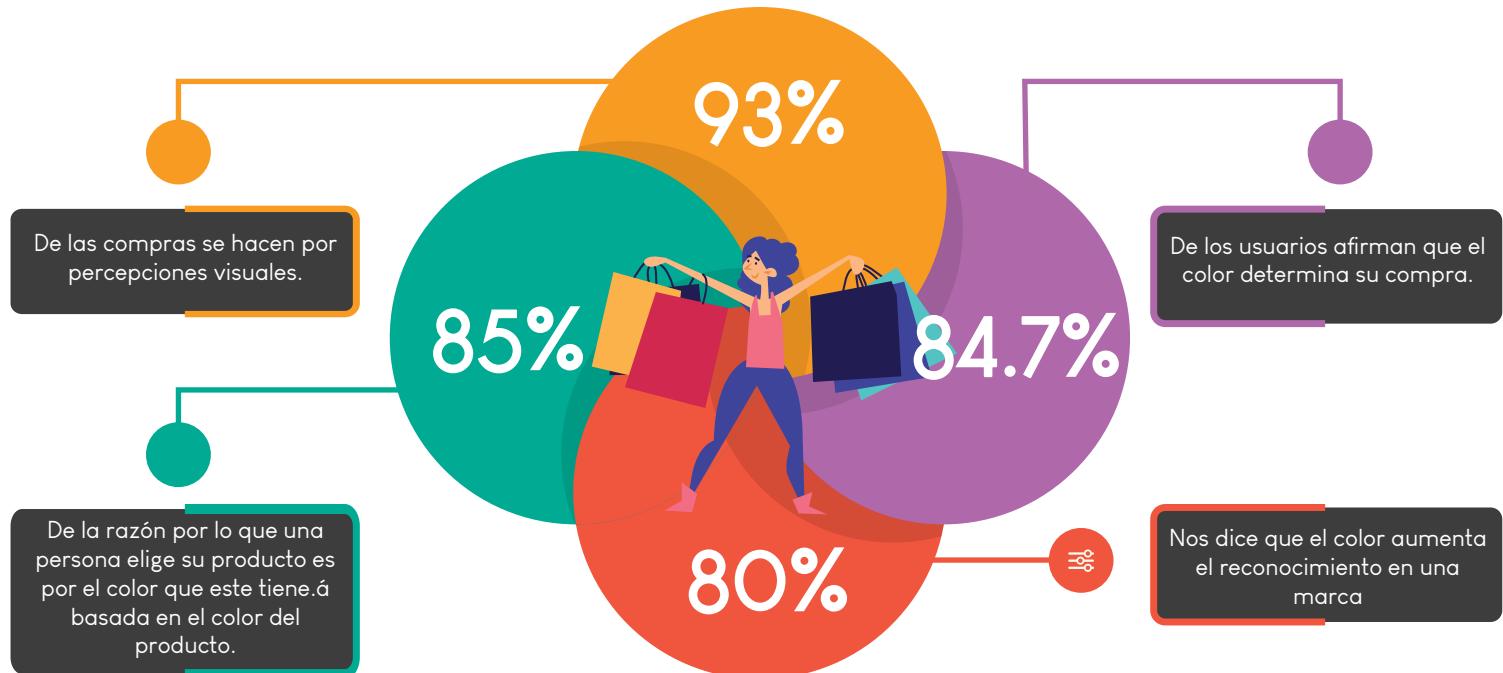
La psicología del color es el campo de estudio que analiza los comportamientos como emociones o sensaciones que producen los colores hacia los seres humanos, esta ciencia argumenta que podemos sentir los colores y tienen una gran influencia que impacta en nuestras emociones, manipulan nuestras decisiones de compra y cambian la percepción que tenemos de un producto.



Los colores conectan a las personas con las marcas, muestran la identidad de la empresa y lo más importante crean una personalidad que es la que te diferencia de otras marcas.

¿QUÉ TANTO INFLUYE EL COLOR AL MOMENTO DE COMPRAR?

Influye mucho ya que la mayoría de las compras de los consumidores está basada en el color del producto.



AHORA TE HABLARÉ DE LOS COLORES Y SU SIGNIFICADO

ROJO

En el marketing el rojo se utiliza para captar la atención de los usuarios, por ejemplo, en botones de COMPRA AHORA, ofertas 2x1, ayuda a estimular las compras de forma rápida.



Positivo: Pasión, atrevimiento, importancia, fuerza, calor, energía, estimulación, masculinidad, excitación, exuberancia, osadía.



Negativo: Desafío, agresión, impacto, tensión.

AMARILLO

Está relacionado a la luz del sol, provoca sentimientos de felicidad y optimismo.

 Positivo: Felicidad, amistad, advertencia, optimismo, caluroso, velocidad, amabilidad, autoestima, extroversión.

 Negativo: Ansiedad, irracionalidad, fragilidad, miedo.

NARANJA

Es el color que representa la creatividad, el equilibrio, diversión lo suelen usar marcas infantiles.

 Positivo: Energía, vitalidad, diversión, seguridad, juguetón, calidez, confort, comida.

 Negativo: Privación, frustración, frivolidad, inmadurez.

ROSA

Este color es el más popular entre las marcas que van dirigido al público femenino, este color evoca amor y tranquilidad.

 Positivo: encanto, amabilidad, delicadeza, sentimentalismo, dulce.

 Negativo: Débil, vulnerable, cursi.

VERDE

Es un color relajante para los seres humanos, transmite estabilidad y resistencia, el verde se utiliza para mostrar equilibrio, este color es utilizado por el nicho relacionado a salud y deporte.

 Positivo: Naturaleza, salud, paz, orgánico, equilibrio, restauración, conciencia, armonía.

 Negativo: Aburrimiento, estancamiento, enervación.

AZUL

Está relacionado al mar y el cielo produce calma y seguridad las empresas lo usan para mostrar confianza, lo utilizan los hospitales, bancos y agencias de viajes.



Positivo: Inteligencia, confianza, seguridad, serenidad, comunicación, eficiencia, lógica, reflexión, calma.



Negativo: Frialdad, distanciamiento, falta emocional.

MORADO

Es uno de los colores más potentes, lo utilizan marcas que buscan llamar la atención o marcar la diferencia, es un color de alta gama.



Positivo: Lujo, misterio, creatividad, espiritualismo, visión, autenticidad, verdad.



Negativo: Introversión, decadencia, supresión.

BLANCO

Considerado el color de la pureza, está relacionado con la salud.



Positivo: Virtuoso, pureza, juventud, esterilidad, limpieza, simplicidad, sofisticación, claridad.



Negativo: Elitismo, esterilidad, frialdad, antipatía.

NEGRO

Este color suele trasmisir sensaciones negativas, miedo y lo desconocido, es un color usado por muchas marcas de moda o lujo ya que representa elegancia.



Positivo: Sofisticación, protección, elegancia, sustancia, glamour.



Negativo: Opresión, frialdad, amenaza, pesadez.



Todos los colores tienen una influencia en nuestras decisiones, forman una conexión entre la marca y los usuarios, por esta razón es importante tomar decisiones correctas al momento de usar un color.

Finalmente, no olvides conocer bien a tu público meta para mostrar el mensaje correcto que quieras comunicar.