

QUE DICEN LOS COLORES SOBRE SU NEGOCIO

Publicado en: [Marketing](#)

Autor: Darkblue Consulting

¿Alguna vez ha considerado la importancia del color en la construcción de marca? Coca-Cola usa el rojo; UPS, el marrón; IBM, el azul. Estas corporaciones entienden que el uso apropiado del color es vital para crear una imagen positiva entre los clientes.

Es más, el color juega un papel muy importante en la memoria, estimulando todos los sentidos, enviando instantáneamente un mensaje como no lo hace ningún otro método de comunicación. La correcta elección del color dominante de su marca es crucial. Este color debería aparecer en todas las piezas promocionales, incluyendo el logo y los envases. Tanto como sea posible, el color que elija debería diferenciarlo, trabajando con su industria y su imagen, y ajustarse a su promesa de marca.

Además debería tener en cuenta la “psicología de los colores”, que es bastante compleja. Los colores pueden significar cosas diferentes dependiendo de la cultura, la situación y la industria. Sin embargo, en occidente existen algunos significados universales:

Azul

el azul claro es percibido como confiable, financieramente responsable y seguro. Fuertemente asociado con el cielo y el mar, el azul es sereno y universalmente aceptado. El azul es un color especialmente popular en las instituciones financieras, debido a que su mensaje de estabilidad inspira confianza.

Rojo

el rojo activa la glándula pituitaria, incrementando el ritmo cardíaco y acelerando la respiración. Esta respuesta visceral hace que el rojo sea agresivo, energético, provocativo y captador de atención. Cuento con el rojo para provocar una respuesta pasional, aunque no siempre esto es favorable. Por ejemplo, el rojo puede representar peligro o deuda.

Verde

en general, el verde connota salud, frescura y serenidad. Sin embargo, los significados del verde varían con sus muchas formas. Los verdes más oscuros están asociados con la riqueza o el prestigio, mientras que los verdes más claros son calmantes.

Amarillo

en cada sociedad, el amarillo está asociado con el sol. Por ese motivo, este color comunica optimismo, positivismo, luz y calidez. Ciertas formas parecen motivar y estimular el pensamiento y la energía creativa. El ojo ve los amarillos brillantes antes que cualquier otro color, haciéndolos ideales para exhibidores del punto de venta.

Púrpura

es un color que por su mezcla de rojo pasional y azul tranquilidad, el púrpura evoca misterio, sofisticación, espiritualidad y realeza. Sus tonos más lavados evocan nostalgia y sentimentalismo.

Rosa

el mensaje del rosa varía con su intensidad. Los rosas más cálidos conllevan energía, juventud, diversión y excitación y son recomendados para productos más baratos o de moda para mujeres o chicas jóvenes. Los rosas más pálidos lucen sentimentales. Los rosas más claros son más románticos.

Naranja

El naranja "chillón" evoca exuberancia, diversión y vitalidad. Con el drama del rojo más la jovialidad del amarillo, el naranja es visto como sociable y a menudo infantil. Las investigaciones indican que sus formas más claras atraen al mercado caro. Los tonos como el durazno funcionan bien para el cuidado de salud, los restaurantes y los salones de belleza.

Marrón

Este color terrestre conlleva simplicidad, durabilidad y estabilidad. También puede generar una respuesta negativa de los clientes que lo relacionen con la suciedad. Ciertas formas del marrón, como el terracota, pueden transmitir una apariencia cara. Desde una perspectiva funcional, el marrón tiende a esconder suciedad, haciéndolo una opción lógica para algunas compañías industriales y de camiones.

Negro

El negro es serio, valiente, poderoso y clásico. Crea drama y connota sofisticación. El negro va bien con los productos caros, pero también puede hacer que un producto parezca pesado.

Blanco

El blanco connota simplicidad, limpieza y pureza. El ojo humano ve el blanco como un color brillante, por lo que inmediatamente capta la atención del mismo. El blanco es utilizado a menudo en productos infantiles o relacionados con la salud.

Todos los colores mencionados pueden ser separados en dos categorías básicas: los cálidos y los fríos. En general, los colores cálidos, como el rojo y el amarillo, transmiten un mensaje sociable y

energético, mientras que los colores fríos, como el azul, son más calmos y más reservados. Sin embargo, al incrementar el brillo de un color frío se incrementa su vibración y se reduce su reserva.