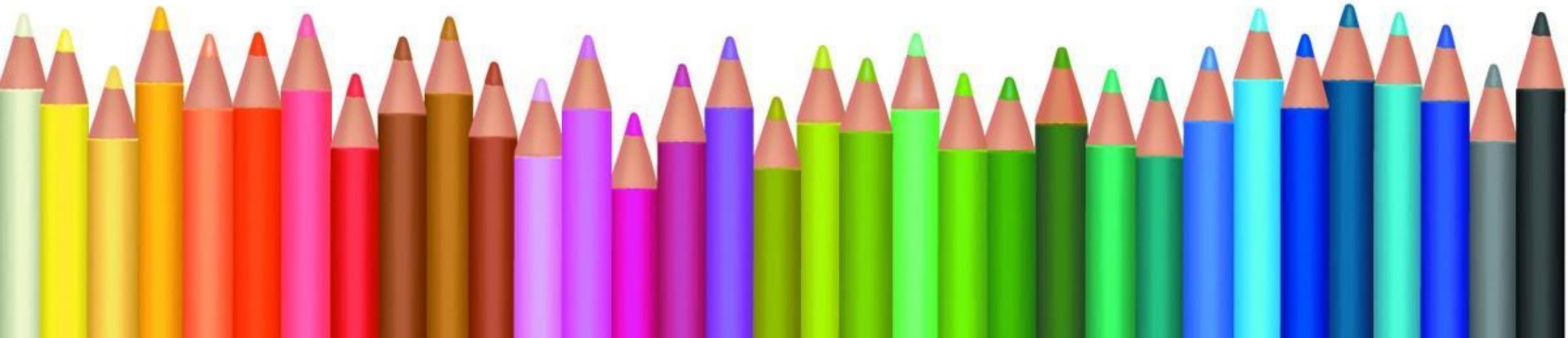




PSICOLOGÍA  
DEL COLOR

# ¿Que es la Psicología del Color?

En pocas palabras **la psicología del color** es un estudio que habla sobre el comportamiento y la conducta que asume inconscientemente nuestro cerebro al percibir los colores.



# ¿EXISTE la Psicología del Color?

Claro que si, aunque algunas personas digan que no existe y no presten mucha atención en ello, la psicología del color está siempre presente en todas partes influenciándonos a tomar decisiones, sin que nosotros muchas veces nos demos cuenta.

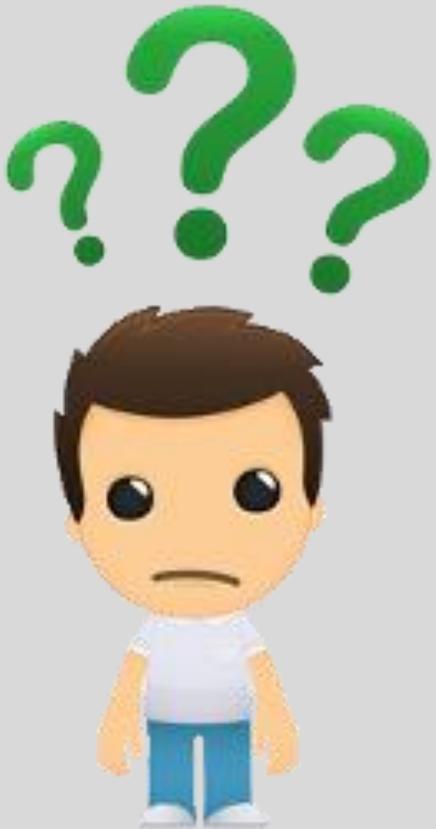


## ¿Teoría del Color y Psicología del Color son lo Mismo?

Muchas personas confunden la **Teoría del color** con la **Psicología del Color**, pero no son lo mismo, ya que la teoría del color habla sobre los efectos ópticos, de física, composición, etc. y la psicología del color habla sobre el comportamiento que asumimos al percibir un color, como lo habíamos dicho anteriormente.



# ¿Cómo funciona la Psicología del Color?



La psicología del Color funciona a través de los eventos que vivimos día tras día y a la educación que nos imparten desde muy pequeños, por ejemplo sabemos que el color rojo, tiene que ver con prohibición, un semáforo, una señal de prevención, de alerta, etc., el color verde esta asociado a las plantas, a la vida, a lo ecológico, al dinero, el negro es asociado a la ausencia de la luz, a la elegancia, a la muerte y así muchos otros colores, eventos y objetos con los que el ser humano convive, interactúa y asocia día tras día desde muy pequeño.

Por ejemplo sabemos que para la mayoría de productos alimenticios, el color que menos se utiliza para sus empaques es el negro y uno de los más utilizados es el color amarillo y el rojo, colores que asociamos al calor, al fuego, al sol, al sabor, etc.



# Significados del Color

## SIGNIFICADO DEL COLOR AZUL

La psicología del color azul, expresa profesionalismo, conocimiento, seriedad y confianza, es un color utilizado para convencer a las personas a depositar su confianza, es por ello que es utilizado en gran forma por empresas del sector bancario y de la salud.

### EMOCIONES

profesionalidad  
seriedad  
integridad  
sinceridad  
calma  
infinito

### UTILIZADO EN:

Bancos  
Aerolíneas  
Productos medicinales  
Productos Tecnológicos

### MARCAS QUE LO UTILIZAN



# SIGNIFICADO DEL COLOR ROJO

La psicología del color Rojo, expresa peligro, atracción, pasión, dinamismo, calidez y agresividad, aunque es un color que puede causar fatiga en las personas, es utilizado en muchas partes debido a su gran particularidad de llamar mucho la atención, debido a que está asociado con el fuego, la sangre, la temperatura y el concepto alerta o peligro.

Es utilizado en su gran mayoría en marcas de consumo humano y en marcas que quieren influir dinamismo en las personas.

## EMOCIONES

dinamismo  
calidez  
agresividad  
pasión  
energía  
peligro

## UTILIZADO EN:

Productos Alimenticios  
Marcas Relacionadas  
con automóviles  
Señalética Preventiva

## MARCAS QUE LO UTILIZAN



## SIGNIFICADO DEL COLOR VERDE

La psicología del color Verde, expresa relajación, naturaleza, frescura y dinamismo, está muy relacionado con la naturaleza, la vida y la salud, su tonalidad de color hace que al verlo lo asociemos con las plantas, la naturaleza y el dinero, ya que este color es muy simbólico en estos objetos.

### EMOCIONES

naturaleza  
ética  
crecimiento  
frescura  
serenidad  
orgánico

### UTILIZADO EN:

Productos Ambientales.  
Asociado con el Dinero  
la Naturaleza, y lo bueno.  
Expresa Dinamismo y  
energía.

### MARCAS QUE LO UTILIZAN

**ANIMAL  
PLANET**



**WHOLE  
FOODS  
MARKET**

# SIGNIFICADO DEL COLOR AMARILLO

La psicología del color Amarillo, expresa inteligencia y creatividad, estimula la alegría y el positivismo. Es uno de los colores más utilizados para estimular el apetito, grandes empresas de comidas rápidas lo utilizan, ya que aparte de abrir el apetito, el exceso de este color causa fatiga en las personas, haciendo que se marchen y desocupen el lugar para nuevos clientes.

## EMOCIONES

calidez  
amabilidad  
positividad  
estimulante  
alegría  
luminosidad

## UTILIZADO EN:

Sitios como restaurantes para estimular el apetito. Utilizado para expresar calidez, dinamismo y alegría.

## MARCAS QUE LO UTILIZAN



# SIGNIFICADO DEL COLOR NARANJA

La psicología del color Naranja, expresa dinamismo, juventud, alegría y diversión, es muy utilizados en productos dirigidos a personas con actitud alegre, divertida y de pensamiento juvenil, es por eso que grandes marcas dirigidas a publico juvenil utilizan este color en sus logotipos.

## EMOCIONES

innovación  
modernidad  
juventud  
diversión  
accesibilidad  
vitalidad

## UTILIZADO EN:

Marcas que expresan diversión, dirigidas en su mayoría al público juvenil. Buen color para expresar alegría y juventud

## MARCAS QUE LO UTILIZAN



## SIGNIFICADO DEL COLOR MORADO

La psicología del color Purpura o morado, expresa lujo, realeza, sabiduría y creatividad, es un color asociado a lo espiritual y psíquico, utilizado en marcas centradas en contenidos de entretenimiento, lujo y fantasía.

### EMOCIONES

lujo  
realeza  
sabiduría  
dignidad  
misterio  
espiritualidad

### UTILIZADO EN:

Marcas asociadas a los contenidos de fantasía, asociado con la creatividad, el conocimiento, y la imaginación.

### MARCAS QUE LO UTILIZAN



## SIGNIFICADO DEL COLOR ROSADO

La psicología del color Rosa, expresa divertido, romántico y delicado, es un utilizado en marcas dirigidas a un público femenino, El 3 % de las mujeres considera al rosa como su color favorito y entre los hombres son muy pocos los que declaran su preferencia por el rosa.

### EMOCIONES

diversión  
presumido  
inocencia  
femenino  
delicadeza  
romántico

### UTILIZADO EN:

Marcas para público femenino, romántico y delicado, color asociado a las flores y a las mujeres en general.

### MARCAS QUE LO UTILIZAN

*Barbie* COSMOPOLITAN

VICTORIA'S  
SECRET



HELLO KITTY®

## SIGNIFICADO DEL COLOR BLANCO

La psicología del color Blanco, expresa limpieza, lo puro, lo bueno, el vacío y la ausencia de todos los colores, es un color utilizado en ambientes estrechos o de poco espacio para dar sensación de amplitud en estos ambientes carentes de espacio.

### EMOCIONES

pureza  
limpio  
sencillez  
ingenuidad  
nobleza  
suavidad

### UTILIZADO EN:

Espacios pequeños para dar sensación de amplitud.  
Buen color para expresar lo puro. lo bueno y lo noble.

### UTILIZADO EN LA MAYORÍA DE LOGOTIPOS



CONVERS

SONY  
make.believe



# SIGNIFICADO DEL COLOR CAFÉ O MARRÓN

La psicología del color Café o Marrón, expresa confortabilidad, humildad y equilibrio, por su color es muy asociado a productos como el chocolate, el café, la tierra, la madera y al otoño, muchas personas lo asocian con la experiencia, lo acogedor y lo anticuado. Es también el color de lo corriente, lo simple y lo humilde. Quien viste de café no quiere destacar, sino adaptarse.

## EMOCIONES

masculino  
rural  
natural  
tierra  
simplicidad  
rústico

## UTILIZADO EN:

En marcas asociadas con el café y el chocolate por su color, y en las que expresan humildad y masculinidad.

## MARCAS QUE LO UTILIZAN



# SIGNIFICADO DEL COLOR NEGRO

El negro simboliza el final, ya que el blanco es el principio. El negro más profundo se encuentra en el universo y es la ausencia absoluta de luz. Todo acaba en el negro (la muerte): la carne descompuesta se vuelve negra, como las plantas podridas y las muelas cariadas. El negro se encuentra del lado pasivo, junto a la sombra y la oscuridad.

## EMOCIONES

poder  
sofisticación  
pretigio  
valor  
atemporalidad  
muerte

## UTILIZADO EN:

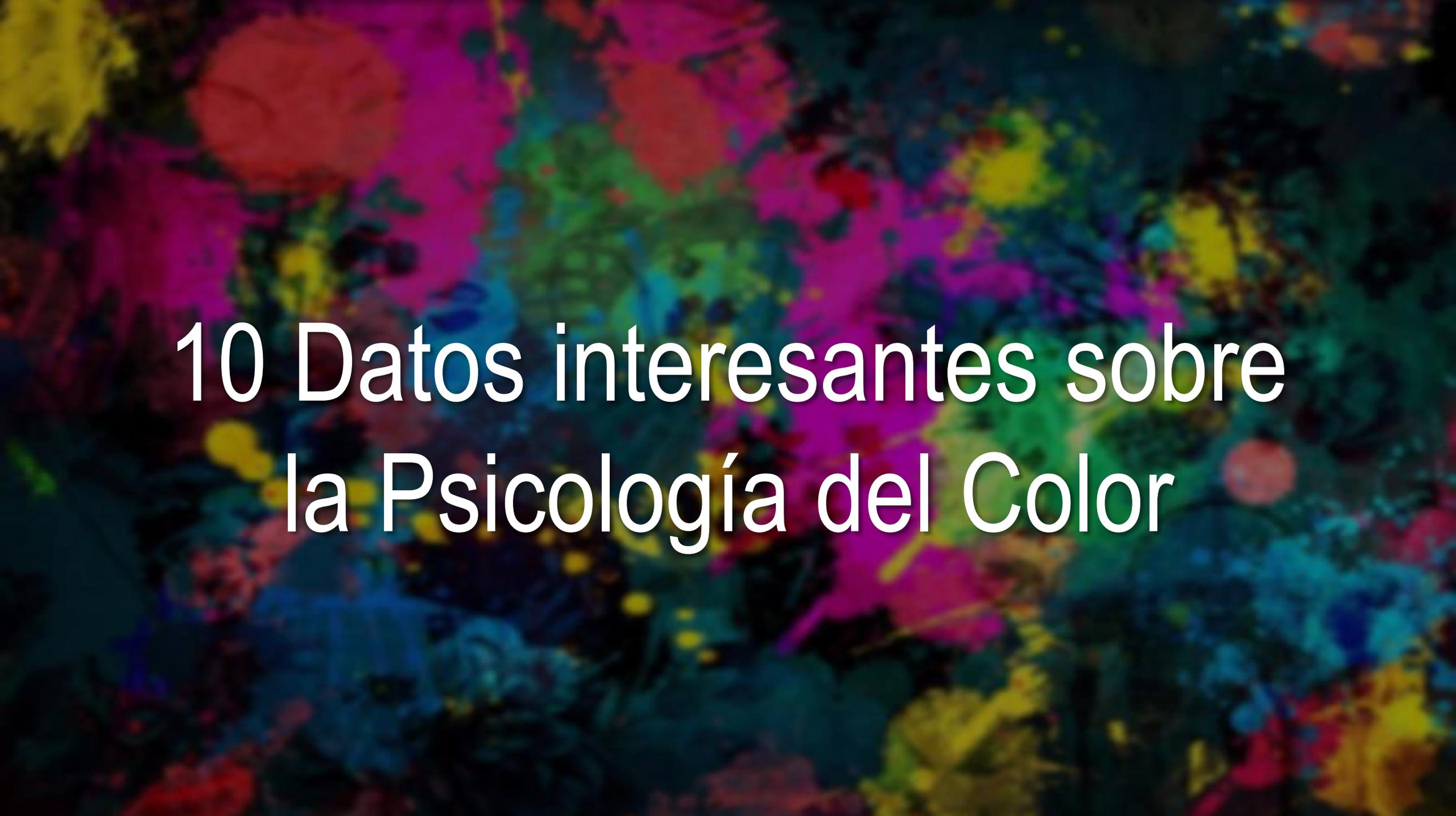
Marcas que transmiten elegancia, simplicidad, sofisticación y poder. Asociado también a la muerte y la noche.

## MARCAS QUE LO UTILIZAN

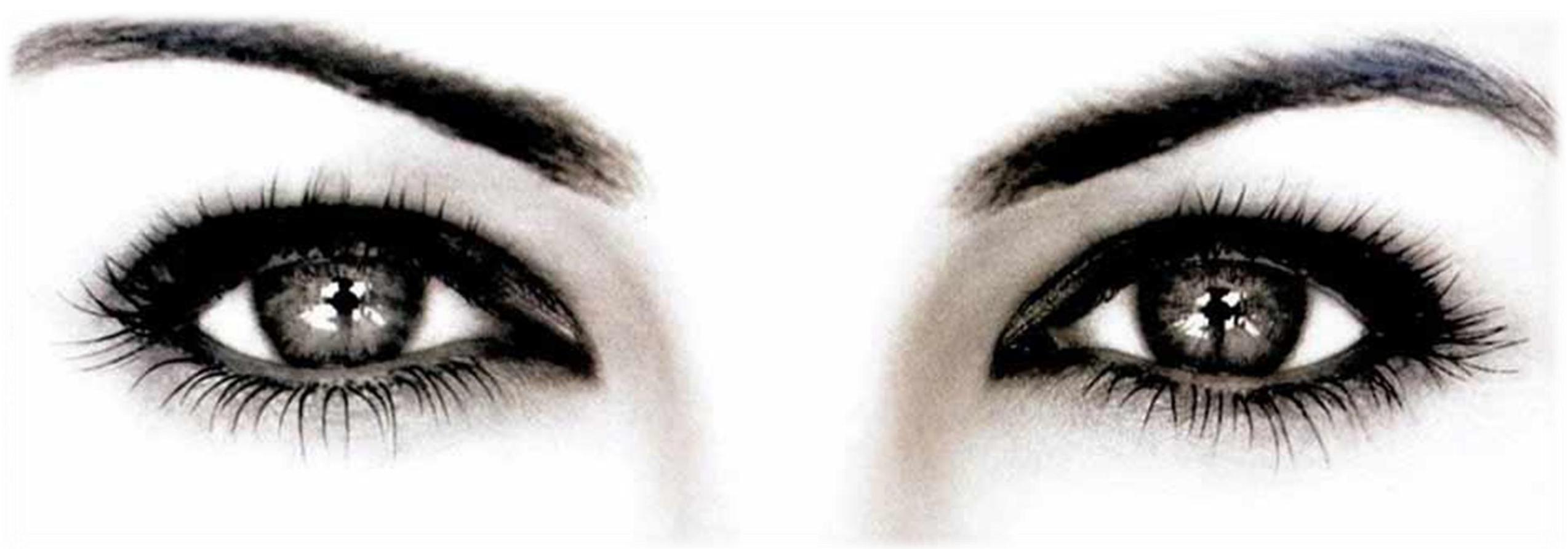


ZARA





# 10 Datos interesantes sobre la Psicología del Color



Quando algo nos llama la atención, hemos usado un 92% el sentido de la **vista**, un 6% el sentido del tacto y un 2% el sentido auditivo.



Los 3 colores preferidos por la mayoría de los **hombres** son el azul, el verde y el negro. Los tres preferidos para la mayoría de las **mujeres** son el azul, el rosado y el verde.



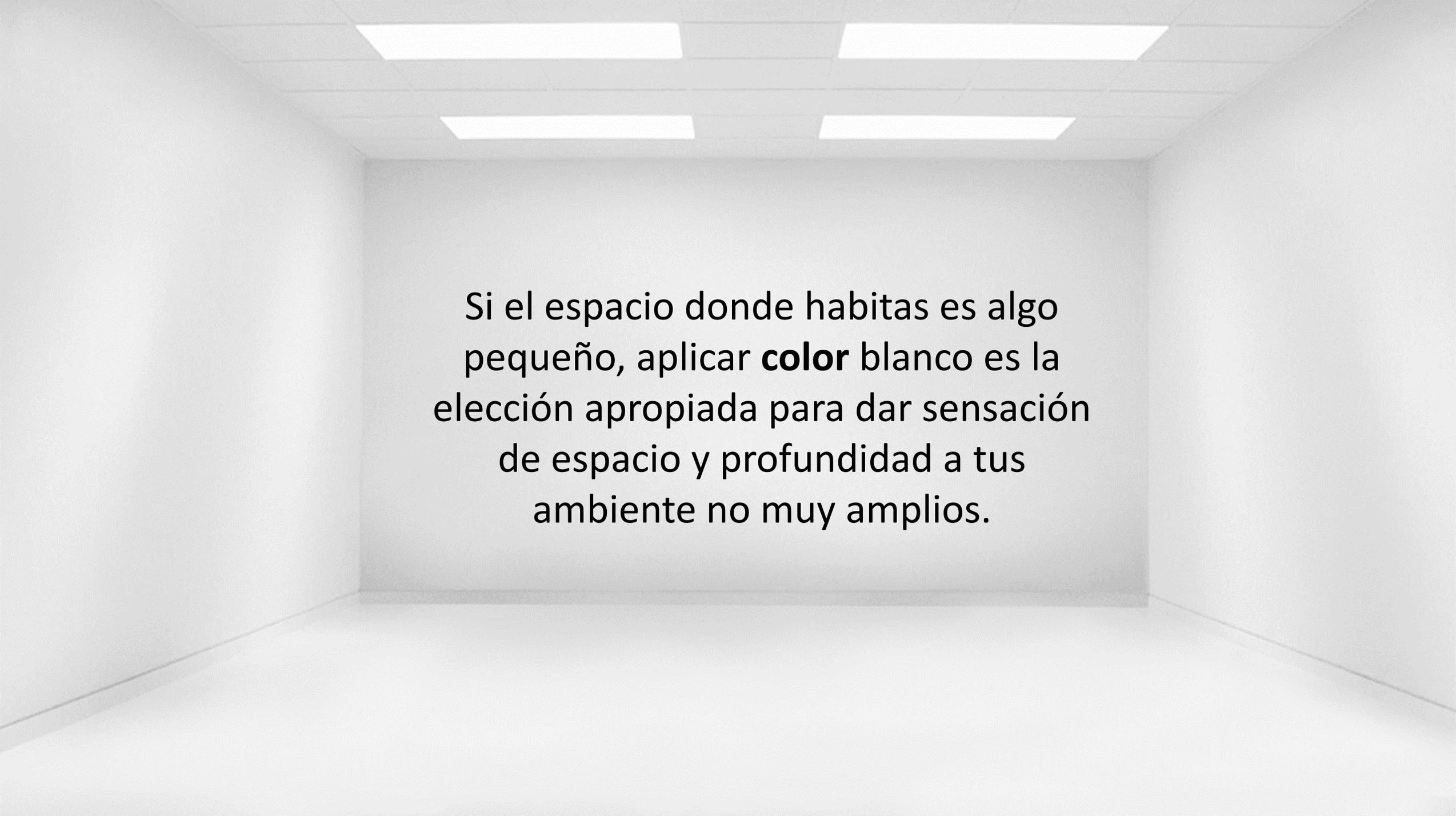


Para llamar la atención y crear un llamado al acción en tu sitio web, los colores más indicados son el **rojo y verde**. Un experimento en un sitio web, detectó que un botón de color **rojo** es un 21% más clickeado que un botón de color **verde**.



ROJO |

Las personas que visten de color **rojo**, pueden lucir hasta 3 veces más atractivas llamando la atención de muchas miradas.



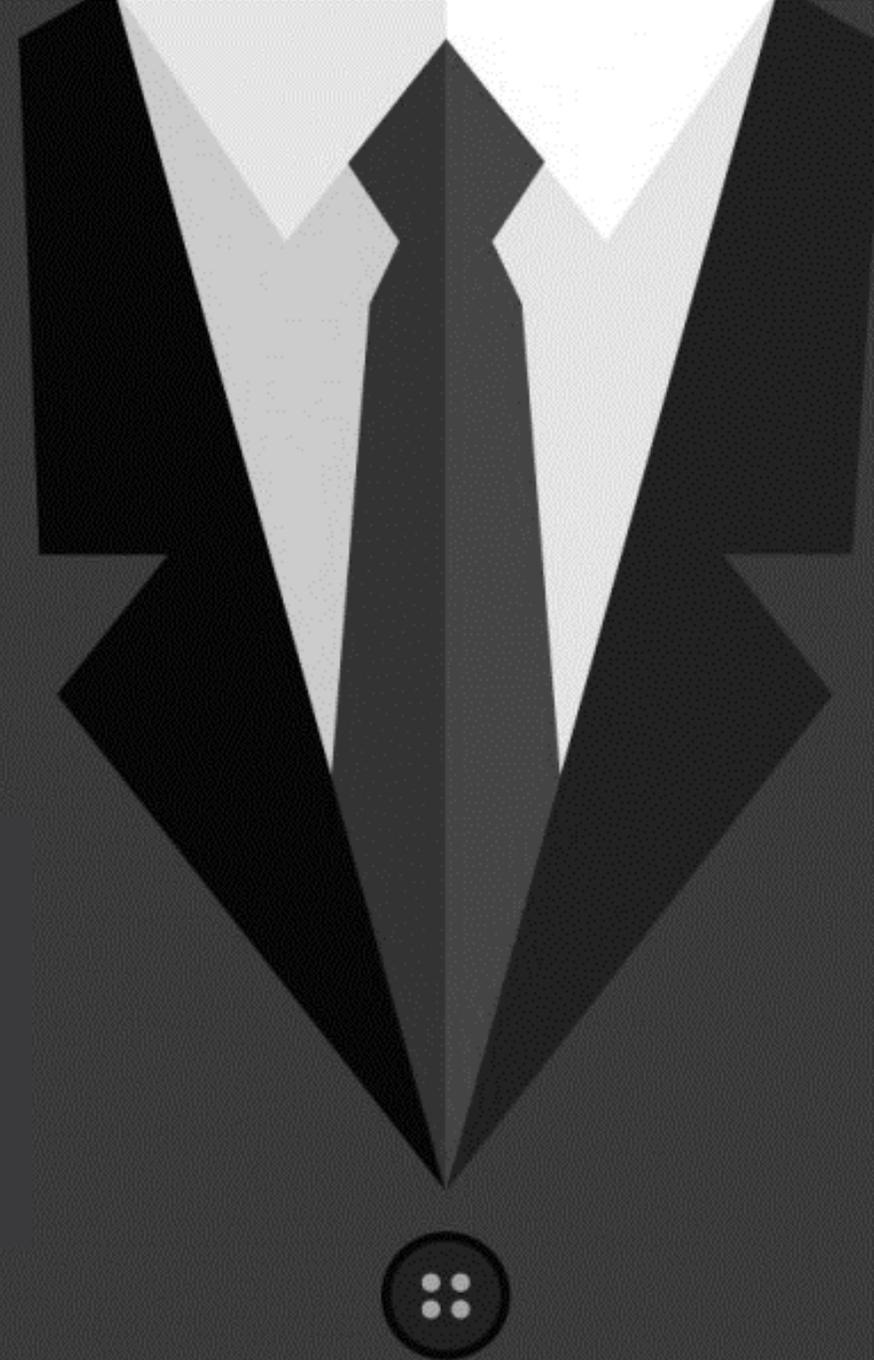
Si el espacio donde habitas es algo pequeño, aplicar **color** blanco es la elección apropiada para dar sensación de espacio y profundidad a tus ambiente no muy amplios.

# MARRÓN

Si hiciste algo malo y te pillaron, será bueno que vistas de color **marrón**, así causarás lástima, compasión o piedad hacia ti.

# NEGR0

Vestir de color **negro**, te  
hará ver delgado, elegante  
y muy sofisticado.



# NARANJA

Para Llamar la atención en los niños y estimular el apetito en ellos, utiliza el color **naranja** a la hora de comer, en utensilios como platos, cucharas y vasos.

# AMARILLO

El **amarillo** es uno de los colores más utilizados para estimular el apetito, grandes empresas de comidas rápidas lo utilizan, ya que aparte de abrir el apetito, el exceso de este color causa fatiga en las personas, haciendo que se marchen y desocupen el lugar para nuevos clientes.

# AZUL

El color **azul** es el más utilizado por las marcas más importantes del mundo. El color de la marca de Facebook es azul, debido a que su creador **Mark Zuckerberg** sufre de daltonismo y el color azul es el que mejor distingue.

BONUS





# Cuando la gente compra



**93%**

se fija en la  
la apariencia visual

**6%**

se fija en la textura

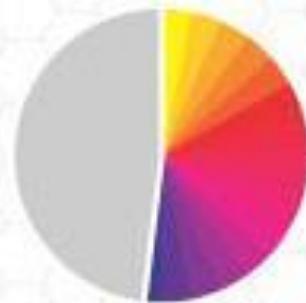
**1%**

se decide por  
el 'sonido u olor'



**80%**

piensa que el color  
incrementa el reconocimiento de marca



**52%**

de los compradores no regresó  
a la tienda debido a la estética

“Las investigaciones revelan que las personas juzgan inconscientemente sobre el ambiente o el producto dentro de los primeros **90 segundos**. Entre el **62%** y el **90%** de esta evaluación se basa en un solo color.”



## EL RESULTADO DE USAR COLOR



Los anuncios en color son leídos un

**42% mas**  
que los mismos anuncios  
**en blanco y negro.**

## EL COLOR PUEDE MEJORAR



Comprensión

73%

Aprendizaje

55-68%

Lectura

40%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80%



### COLORES PRIMARIOS



### COLORES SECUNDARIOS

ROJO

AMARILLO

AZUL

NARANJA

VERDE

MORADO