

# CATÁLOGO PSICOLOGÍA DEL COLOR



# PSICOLOGÍA DEL COLOR

## ¿CÓMO INFLUYEN LOS COLORES EN LA PERSONALIDAD DE UNA MARCA?

El color es sensorial e individual, subjetivo por tanto. La psicología clasifica sus percepciones que en él se aprecian, que, como dice J.C. Sanz, serían de adaptación y de oposición.

Se han realizado estudios sobre el simbolismo cromático en diferentes culturas, sociedades y civilizaciones, y así mismo sobre su lectura e influencia en campos como la religión, la ciencia, la ética, el trabajo, etc. El color influye sobre el ser humano y también la humanidad le ha conferido significados que trascienden su propia apariencia. Sus efectos son de carácter fisiológico y psicológico, pudiendo producir impresiones y sensaciones de gran importancia, pues cada uno tiene una vibración determinada en nuestra visión y por lo tanto en nuestra percepción.

El color es capaz de estimular o deprimir, puede crear alegría o tristeza. Así mismo determinados colores despiertan actitudes activas o por el contrario pasivas. Con colores se favorecen sensaciones térmicas de frío o calor y también podemos tener impresiones de orden o desorden. Se identifica al color a lo masculino y femenino, con lo natural y lo artificial, con lo romántico y con lo clásico. El color por lo tanto no es sólo sensación, sino que básica y principalmente es EMOCIÓN. Sus atributos como significantes son apreciados no solamente por los artistas, sino también por publicistas, diseñadores, decoradores, científicos, educadores, trabajadores, etc..



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

[WWW.THALIAONTIVEROS.COM](http://WWW.THALIAONTIVEROS.COM)



# PSICOLOGÍA DEL COLOR

El color tiene el poder de evocar un significado que puede ser interpretado a través de las palabras, conceptos o sensaciones.

Los usos del color en estrategias de Marketing comprenden un amplio rango. Estos han sido analizados en una gran variedad de estudios que, a distintos niveles de profundidad y desarrollo, muestran los efectos que tiene el color en los consumidores y público en general.

En conjunto, el color, símbolos, formas y letras conforman el patrimonio visual equity de una marca (Lightfoot & Gerstman, 1998) Estos elementos asumen toda clase de significados, ya sea de contenido descriptivo o persuasivo.

Leves variaciones en color pueden aportar o devastar la efectividad de un diseño y generar una serie de implicaciones económicas para compañías y productos. (Rider, 2009) En pocas palabras, se dice que:

*"El color VENDE... y el color correcto VENDER mejor"*  
(Lambert, 2004)

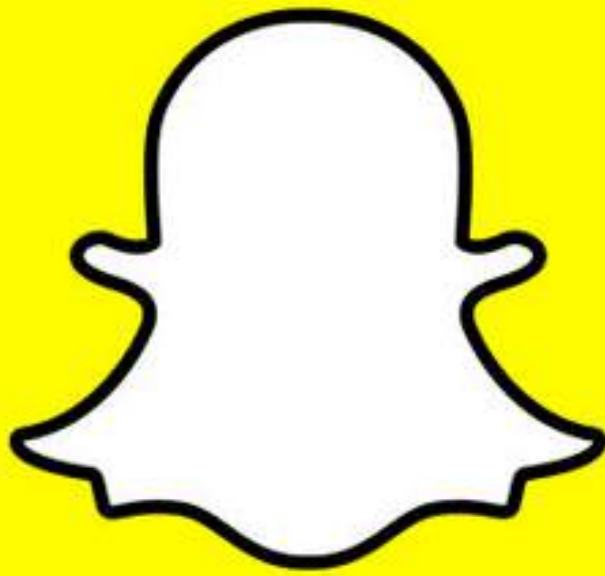
A continuación te muestro los colores y sus significados para trabajar con tu marca.



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

WWW.THALIAONTIVEROS.COM





# AMARILLO

TRANSMITE ENERGÍA, PODER, BUEN HUMOR

ANTIGÜOS Y LUJOSOS



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

[WWW.THALIAONTIVEROS.COM](http://WWW.THALIAONTIVEROS.COM)





# MARRÓN

TRANSMITE CALIDEZ, MASCULINIDAD, NATURAL,  
RÚSTICO, TIERRA, SIMPLICIDAD



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

[WWW.THALIAONTIVEROS.COM](http://WWW.THALIAONTIVEROS.COM)





# ROJO

TRANSMITE DINAMISMO, ACCIÓN, VIOLENCIA,  
APASIONAMIENTO, PODER, FUERZA, VALOR



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

WWW.THALIAONTIVEROS.COM





# ROSA

TRANSMITE TIMIDEZ Y FEMINIDAD



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

[WWW.THALIAONTIVEROS.COM](http://WWW.THALIAONTIVEROS.COM)





# BLANCO

TRANSMITE PAZ, LIMPIEZA, INFINITO, PUREZA



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

[WWW.THALIAONTIVEROS.COM](http://WWW.THALIAONTIVEROS.COM)





# MORADO

TRANSMITE REALEZA, FANTASÍA, IMAGINACIÓN



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

[WWW.THALIAONTIVEROS.COM](http://WWW.THALIAONTIVEROS.COM)





# NEGRO

TRANSMITE SILENCIO, MISTERIO, ELEGANCIA





# AZUL

TRANSMITE CALMA, CONFIANZA, FIDELIDAD,  
LIBERTAD

FRESCOS, AMISTOSOS

SERIOS Y SEGUROS



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

[WWW.THALIAONTIVEROS.COM](http://WWW.THALIAONTIVEROS.COM)





# NARANJA

TRANSMITE DIVERSIÓN, CREATIVIDAD, EUFORIA,  
HAMBRE



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

[WWW.THALIAONTIVEROS.COM](http://WWW.THALIAONTIVEROS.COM)





# VERDE

TRANSMITE MODERACIÓN, ACAUDALADO,  
TRADICIONAL, ECUÁNIME, CELOS



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

[WWW.THALIAONTIVEROS.COM](http://WWW.THALIAONTIVEROS.COM)





# GRIS

TRANSMITE ABURRIMIENTO, CALMA, ANTICUADO,  
CONSERVADOR, AUTOCONTROL, COMPROMISO



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

[WWW.THALIAONTIVEROS.COM](http://WWW.THALIAONTIVEROS.COM)

