

# PSICOLOGÍA DEL COLOR

Aplicadas a tu marca personal

@vanemarquezr

**VANESSA**

**MÁRQUEZ**



@vanemarquezr

# INTRODUCCIÓN

El color tiene una gran influencia en la psicología humana y es por ello que juega un papel importante en la percepción de una marca.

Sin importar que sea una marca de maquillaje, ropa o una personal, si sabes utilizar los colores estos servirán para ayudarte a atraer y conectarte mejor con tu cliente ideal.

El uso estratégico de los colores puede contribuir no sólo a diferenciarte, sino también a influir en los estados de ánimo y sentimientos de tu audiencia. Con los colores adecuados harás que tu público objetivo vea y sienta lo que quieres transmitir.



# PSICOLOGÍA DEL COLOR

## *¿Qué es?*

La psicología o teoría del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que generan en nosotros dichos tonos.

En esta teoría hay ciertos aspectos subjetivos, por lo que no hay que olvidar que pueden existir ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas.

## *Importancia*

La psicología del color nos dice que cada color tiene un significado, y por ello debemos aprender a descifrar qué puede llegar a sentir nuestro público con la imagen visual de nuestro proyecto.

Algo a tomar en cuenta es que el mismo color también puede tener diferentes significados que dependerán de factores como nuestra educación, valores, sexo, cultura, etc.

En este E-Book te traigo un resumen que te servirá de guía para elegir de manera adecuada los colores que te servirán en tu estrategia visual para tu proyecto o emprendimiento.

04

# Influencia en tu marca personal

*"El color es el tacto del ojo, la música de los sordos, una luz en la oscuridad" - Orhan Pamuk*

Puesto a que los colores evocan emociones, al asociarlos a tu marca hace que te apropiés de esas emociones que los colores por sí solos transmiten, también facilitará de manera significativa la coherencia y credibilidad de tu mensaje; si comunicas que eres una persona inocente y sincera pero siempre vistes de negro, estarás dando un mensaje totalmente diferente del que deseas transmitir.

Una buena forma de demostrar cómo eres es usando colores que refuercen tu mensaje y estos contribuyen a su vez a que te reconozcan rápidamente.





# LOS COLORES Y SU SIGNIFICADO



# ROJO

En marketing, el color rojo se usa para captar la atención. Simboliza el amor y la pasión, de ahí la utilización de este en el Día de San Valentín. También simboliza el poder y la emoción.

Quizás hayas notado que algunas marcas lo utilizan para los botones de «comprar ahora» o para su embalaje como una forma de destacarse en el estante. Esto se debe a que en la psicología del color el rojo es el más intenso, y, por lo tanto, puede provocar las emociones más fuertes.





The background is a vibrant yellow with abstract geometric shapes in various shades of yellow and orange. In the top left corner, there are several sunflowers of different sizes, some in full bloom and others as buds. The number '07' is written in a bold, black, sans-serif font in the upper left area.

07

# AMARILLO

Color primario que se relaciona con la energía y el sol. Tienden a despertar la creatividad y refleja emociones como la alegría, optimismo, felicidad y verano.

Un pequeño toque de amarillo puede ayudar a tus seguidores a asociar tu marca con algo positivo. Utilizado en logos se percibe como algo moderno y divertido. También suele implementarse mucho en los sitios de comida rápida porque estimula el apetito y en imágenes con mucho texto porque facilita la lectura ¡Pero ojo! Su uso en exceso causa fatiga provocando irritación en las personas.

La estabilidad, armonía, paz, calma y confianza son sólo algunos de los sentimientos que tu público puede sentir con respecto a tu marca cuando integras el color azul. En la psicología del color, el significado de este tono se relaciona al intelecto y la conciencia.

Este es uno de los colores preferidos por el público masculino. Se relaciona con la mente por lo que se le suele dar un matiz de lógica y razonamiento, aunque esto puede variar dependiendo del tono ya que hay algunos que pueden parecer distantes y fríos.

Es muy utilizado en el mundo empresarial porque crea sensación de credibilidad y confianza de marca.





# VERDE

Es un color secundario que se relaciona con la naturaleza y el dinero. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.

Se le atribuye una sensación relajante para el ojo humano y sugiere estabilidad y resistencia. Influye mucho en la toma de decisiones, clarificando la mente.

Sin embargo, utilizar de manera excesiva este color puede tener connotaciones de envidia, codicia o egoísmo.







# NARANJA

El naranja tiene un significado psicológico realmente interesante., ya que combina el poder y la energía del rojo con la simpatía y la diversión del amarillo. Lo que lo convierte en una buena mezcla para representar la comodidad.

En la psicología del color, el naranja representa la creatividad, la aventura, el entusiasmo, el éxito y el equilibrio. Además, sirve para darle un toque llamativo y divertido a cualquier diseño o imagen.



# PÚRPURA

En la psicología del color, el púrpura es un color real. El significado está relacionado con el poder, nobleza, lujo, sabiduría y la espiritualidad.

Posee la energía y el poder del rojo, con la estabilidad y confiabilidad del azul. Lo que lo convierte en un perfecto equilibrio entre lo físico y lo espiritual.

Si el mensaje que deseas transmitir es de integridad y sinceridad este color te ayudará a lograrlo.





# ROSA

Como todos sabemos, este color está directamente asociado a las mujeres como símbolo de feminidad, sensualidad, ternura, romanticismo, delicadeza e inocencia. El rosa es un color muy popular en las marcas que sirven principalmente a un público femenino.

La tonalidad también juega un papel importante, si utilizamos este color en un tono pastel se puede asociar a bebés, un tono más claro se utiliza para el mercado hacia las niñas sobre todo en los juguetes dirigidos a ellas, sin embargo, una tonalidad más brillante desprende el atractivo sensual de una mujer y marcas como Victoria's Secrets han sabido aprovecharlo.





# BLANCO

Pureza, tranquilidad, inocencia y limpieza es lo que principalmente transmite y da sensación de igualdad, equilibrio y unión. Sirve como color de fondo cuando queremos llamar la atención sobre un objeto o texto. Ofrece una impresión de higiene y simplicidad. Funciona principalmente como un color de soporte o complementario.

Esas serían sus características positivas, el lado negativo es que su uso excesivo puede causar aislamiento, soledad y vacío, es por esto que no se puede usar solo, pero sí resaltado entre otros colores.

# NEGRO

Estrechamente asociado a la noche y el misterio. Invoca el poder, la elegancia, la seducción y autoridad. Muchas marcas, principalmente de moda o cosmética, utilizan el negro en sus logotipos.

El negro también es un color popular para el texto, ya que es fácil de leer. Funciona muy bien para productos caros y clásicos. Te ayudará a dar una imagen de algo sofisticado, exclusivo, autoridad y ambición





# DEFINE TUS COLORES

Sí, sé lo que te estás preguntando "¿Solo puedo utilizar un color en mi marca personal?" Y la respuesta es ¡No! Para transmitir tus principales atributos, puedes usar más de un color si lo consideras necesario siempre y cuando combinen correctamente.

Lo más recomendado es que utilices 3 colores dentro de tu marca personal el principal, el secundario y el complementario

## APRENDE A UTILIZARLOS

Una vez que defines tus colores no quiere decir que vayas uniformado día y noche con estos. Se trata más de usarlo de forma coherente. Bastará con tener algunas prendas en el armario, como una camisa, unas pulseras, una corbata o unos zapatos y usarlo para ocasiones importantes donde la imagen que proyectas tenga más relevancia y haya presencia de tu target (una presentación, una entrevista, un evento de networking o una conferencia) dándole tu toque sin necesidad de saturarte en dichos colores.

El estilo de tu marca no sólo se percibe, también es capaz de sentirse logrando sorprender, impactar y atraer desde el primer momento.

# PSICOLOGÍA DEL COLOR

Aplicadas a tu marca personal

@vanemarquezr

**VANESSA**

MÁRQUEZ



@vanemarquezr