

# PSICOLOGÍA DEL COLOR



Por Alejandro Juan Marcos  
[www.alejandrojuaanmarcos.com](http://www.alejandrojuaanmarcos.com)

¿Sabías que ciertos colores pueden influenciar la decisión de compra de tus clientes? Los especialistas en marketing han investigado cómo el color puede afectar directamente las emociones, el estado de ánimo y los hábitos de consumo, y han descubierto que desempeña un papel importante en las experiencias de compra.

La psicología del color es el estudio y la aplicación del uso de la rueda de colores para influir en la toma de decisiones, a menudo con fines comerciales. Nuestro estado de ánimo puede fluctuar según la hora del día, lo que sucede en nuestras vidas e incluso, si tenemos hambre. La implementación correcta del color es una herramienta que nos puede ayudar a modificar el estado de ánimo de los clientes y actitudes hacia nuestros productos.

Según una investigación sobre el color, las personas toman una decisión dentro de los 90 segundos de interactuar con un producto, y del 62% al 90% de esa evaluación se basa solo en el color. Por ejemplo, cuando vemos el color rojo, nuestro ritmo cardíaco aumenta y sentimos una sensación de urgencia, por lo que los carteles de rebajas en las tiendas casi siempre son rojos.



La clave para elegir los colores, es definiendo tu mercado meta. Por ejemplo, yo tengo un negocio de productos médicos y ortopédicos (mis clientes son adultos mayores y doctores). Los colores del logotipo son azul + amarillo (Confianza + optimismo), si fuera rosa y roja, daría una percepción muy diferente.

La psicología del color juega un papel importante en la experiencia de compra. Elegir las combinaciones de colores correctas puede aumentar las ventas, crear una percepción positiva de la marca y aumentar la lealtad del cliente. ♥