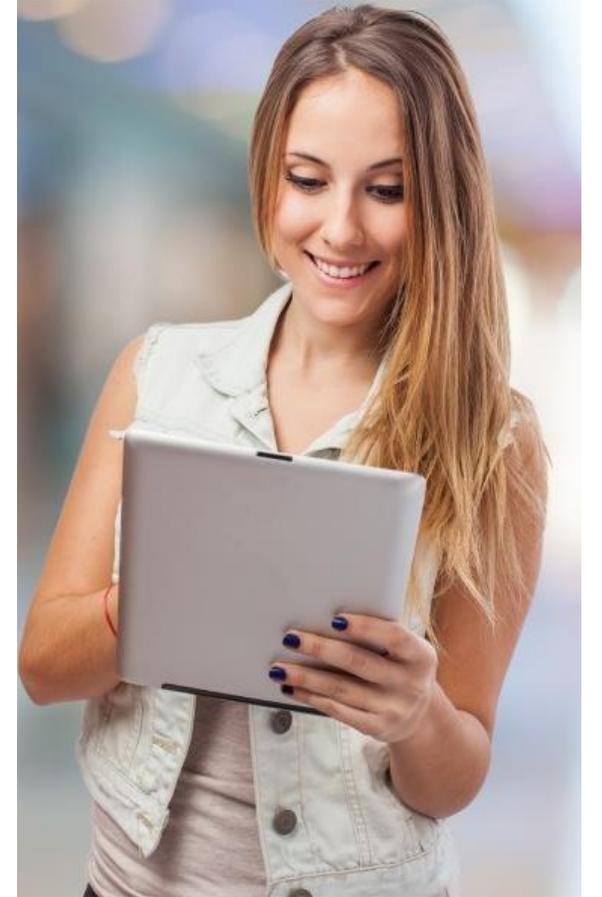
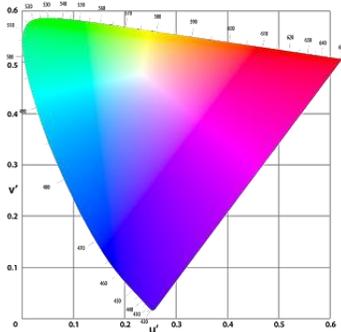


¿Qué es el color?

- El color puede ayudar al diseñador a **captar la atención del espectador** y a comunicar información en un entorno visual saturado.
- El color también puede ayudar al espectador a **realizar rápidamente una asociación correcta o atener la reacción adecuada** ante la marca de un producto o servicio.



Características del color



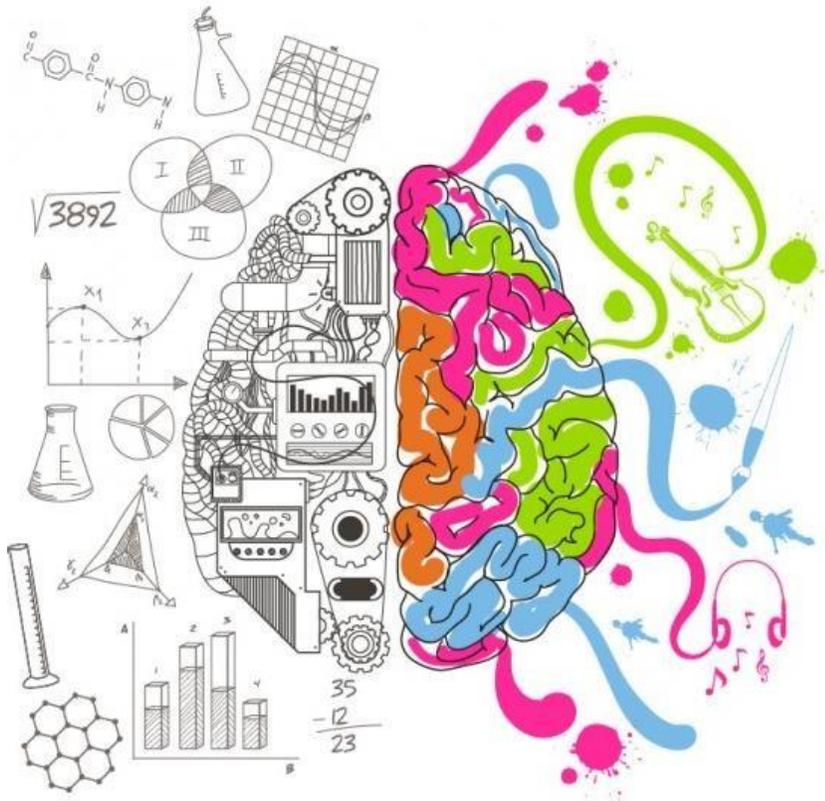
Tono: La propia cualidad que tiene el color.

Saturación: También se conoce como intensidad el color. Fuerza o la pureza de un color sin añadirle ni blanco ni negro.

Brillo: Se entiende como la capacidad de un color para reflejar la luz blanca que incide en él. Alude a la claridad u oscuridad de un tono.

Luminosidad: Es el grado de claridad u oscuridad de un color. Cuando un color lo mezclamos con blanco da como resultado ese mismo color, pero más claro.

Psicología del color



COLOR	INSPIRA:	MARCAS QUE LO UTILIZAN
ROJO	Amor, calor, valor, pasión, poder, espontáneo, sexo, ira e incluso peligro	
NARANJA	Transmite amabilidad, alegría, innovación, energía y diversión	
AMARILLO	Optimismo, hospitalidad, tranquilidad, creatividad, atemporalidad.	
VERDE	Crecimiento, renovación, relajación, juventud, orgánico, seguridad	
AZUL	Fuerza, frío/fresco, calma serenidad, descanso, confianza, inteligencia	
MORADO	Misterio, sofisticación, eternidad, excentricidad, lujo, moda, frívolo, exótico	
ROSA	Ilusión, ensueño, infancia, tierno, delicadeza, cortesía, erotismo, dulce, encanto	
CAFÉ	Acogedor, estabilidad, confort, amargo, cálido, corriente, rústico	

La psicología del color y el género



Significado de la psicología del color

Impresión

- Se percibe en un anuncio.

Expresión

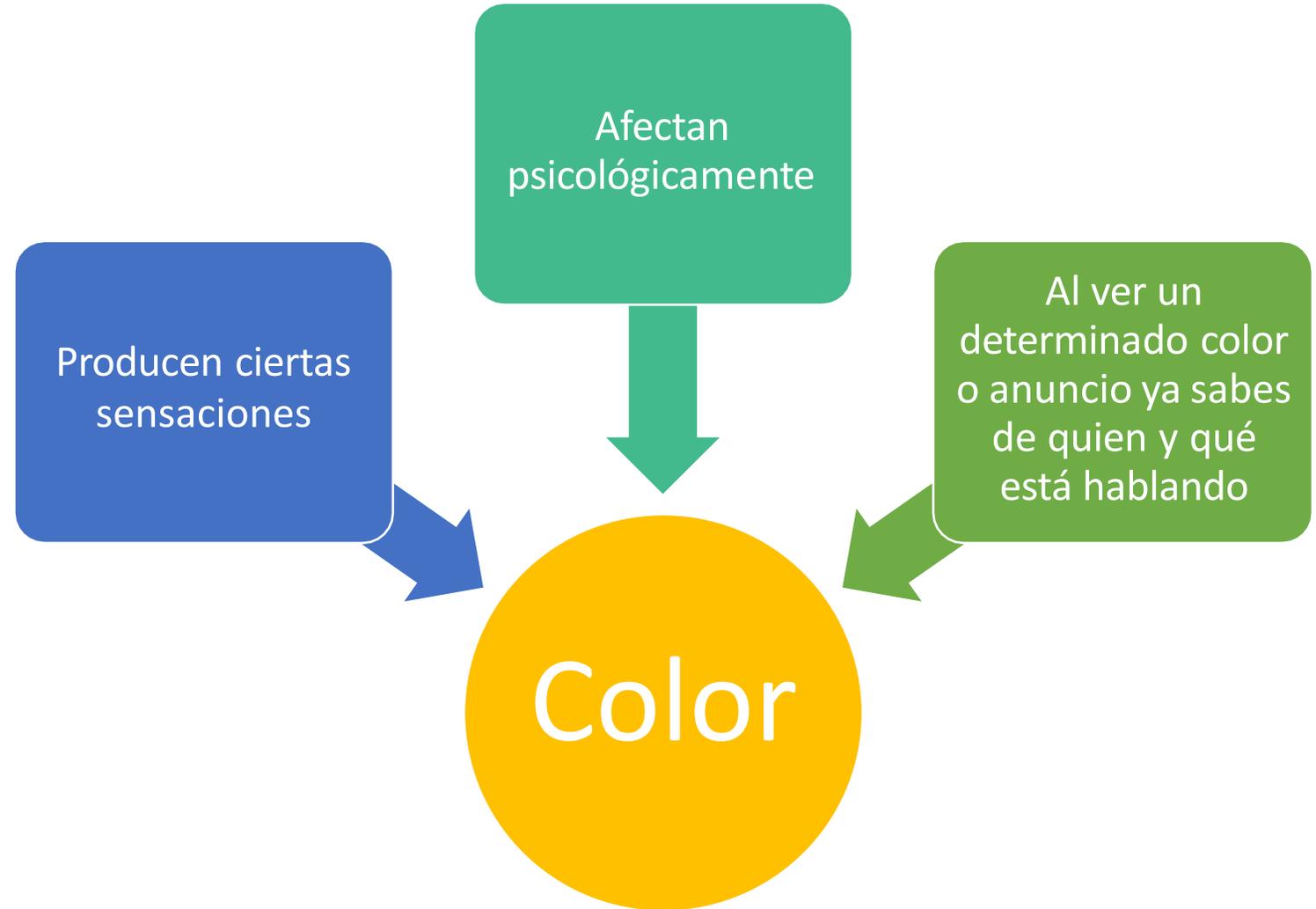
- Cada color expresa un significado

Construcción

- La publicidad adquiere el valor de comunicar una idea

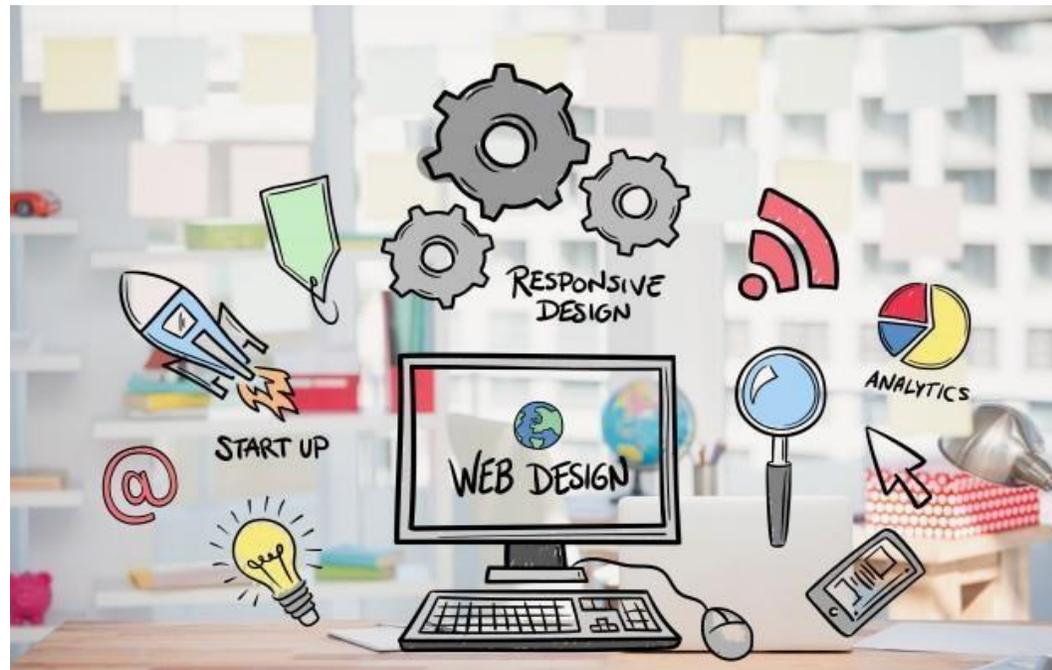


Significado de la psicología del color



Experiencia del usuario

- Conjunto de factores y elementos relativos a la interacción del usuario, con un entorno o dispositivo concretos, cuyo resultado es la generación de una percepción positiva.



Añadir un color llamativo que resalte y convierta

The image shows a screenshot of the Gillette website homepage. At the top, the Gillette logo is prominently displayed in white on a dark blue background. To the right of the logo are links for 'Change Country', 'LOGIN', and 'REGISTER'. Below the logo is a navigation bar with links for 'Home', 'Products', 'Men's Style', 'Entertainment', 'Coupons & Promotions', 'Subscription', and a 'Shop Now' button with a shopping cart icon. The main content area features a large advertisement for the 'Fusion ProGlide with New FlexBall Technology' razor. The ad includes a high-quality image of the razor, a 'NEW' banner in orange, and text describing its benefits: 'MAKES MAXIMUM CONTACT* OVER CONTOURS AND GETS VIRTUALLY EVERY HAIR'. A prominent orange 'LEARN MORE >' button is centered below the text. To the left of the main ad is a smaller 'Gillette Fusion ProGlide with FlexBall Technology' logo. Below the main ad is a carousel of four smaller product tiles: 'Fusion ProGlide Razor with New FlexBall Technology', 'Gillette BODY Razor', 'Gillette MACH3 Sensitive', and 'Subscribe to Gillette's Best Blades'. Each tile includes a small image of the product and a brief description. The overall design uses a dark blue background with white text and orange accents for emphasis.

Gillette
Change Country LOGIN REGISTER

Home Products Men's Style Entertainment Coupons & Promotions Subscription **Shop Now**

FUSION PROGLIDE WITH NEW FLEXBALL TECHNOLOGY

MAKES MAXIMUM CONTACT* OVER CONTOURS AND GETS VIRTUALLY EVERY HAIR

LEARN MORE >

Gillette Fusion ProGlide WITH FLEXBALL TECHNOLOGY

*VS. FUSION

1 2 3 4

Fusion ProGlide Razor with New FlexBall Technology
Makes Maximum Contact* Over Contours and Gets Virtually Every Hair
*Vs. Fusion

Gillette BODY Razor
Introducing Gillette BODY, the first razor engineered for your body. Get a smooth shave, wherever you need it.

Gillette MACH3 Sensitive
Less irritation even on sensitive skin*. Get closer to the one you love.
*MACH3 RAZORS vs. GILLETTE® CUSTOMPLUS®

Subscribe to Gillette's Best Blades
Select your favorite razor blades, customize your subscription, and then enjoy! Get our best blades for about \$1/week.*
* Based on 4 shaves per week over average

El naranja llama la atención y apremia a hacer click en el botón. También se complementa con el color principal, el azul.