

03

Guía de uso del color  
en empaques de cartón  
corrugado de alta gráfica

---

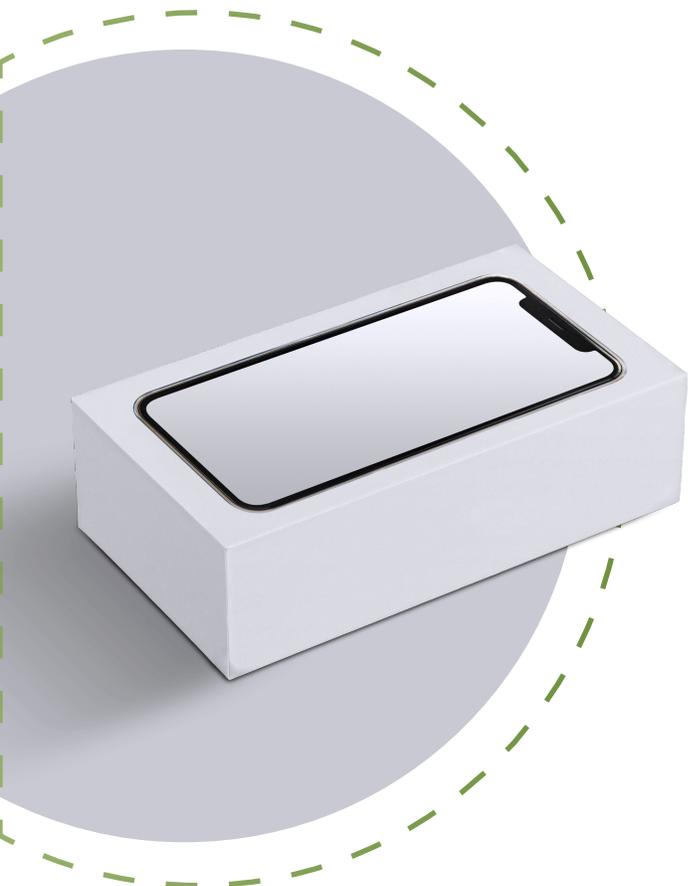


A la hora de elegir los colores adecuados para el empaque de tu producto, hay varias cosas que debes tener en cuenta.

En primer lugar, piensa en tu comprador y en cómo los colores pueden conectarse con ellos. Debes comprender sus necesidades, motivaciones, edad, género, situación económica y educación. Un ejemplo icónico es McDonald's, compañía que utiliza los colores rojo y amarillo para representar energía y juventud, los cuales se conectan con su público objetivo.

A continuación te presentamos algunos puntos que debes revisar a la hora de diseñar y seleccionar los colores de tus empaques:

Es importante que tu empaque contenga un **color representativo** para tu producto o marca; puede ser el color de alguno de sus ingredientes más importantes o el de algún color icónico de tu empresa. Además, debes asegurarte de que tu producto se destaque en la competencia. Esto puede hacerse eligiendo colores únicos o diferentes de tus competidores. En el caso de dos grandes refresqueras encontramos un buen ejemplo: mientras Coca-Cola utiliza principalmente el color rojo, Pepsi optó por el color azul como color primario.



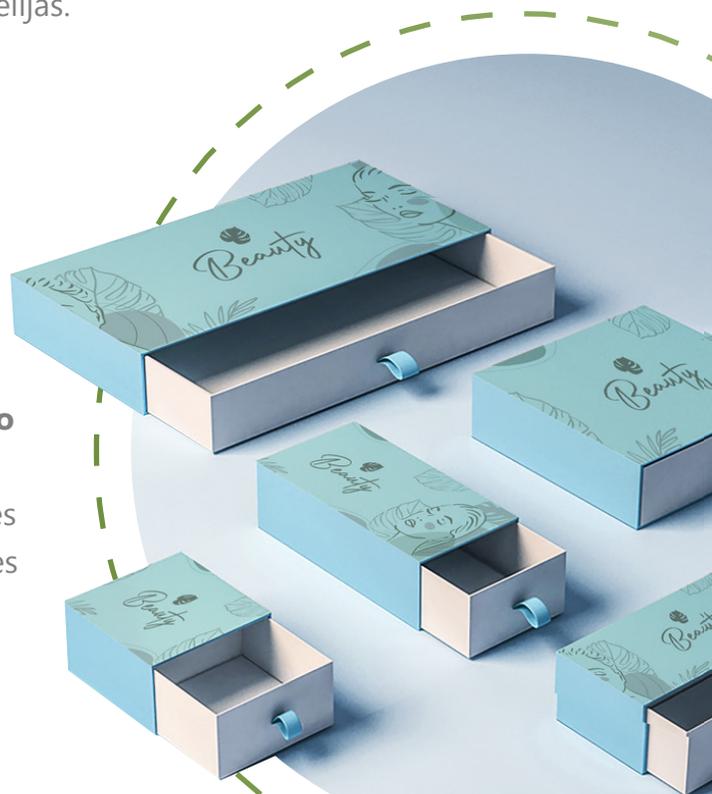
El color que elijas también debe **comunicar el propósito del producto**. ¿Quieres que los compradores piensen en él como algo reconfortante, divertido, relacionado con el bienestar o la seguridad? ¿O tal vez evocar una sensación de lujo o sofisticación? Por ejemplo, el clásico color blanco de Apple transmite una sensación de un producto premium.

Es importante tener en cuenta la voz de tu marca al elegir los colores. **La historia de tu empresa debe fluir sin problemas a través de los colores y el diseño** de los envases. Por ejemplo, T-mobile eligió el rosa intenso para su logotipo, lo que los hizo diferentes y audaces en comparación con la mayoría de los demás proveedores de servicios móviles.



**Los colores también tienen significados culturales** que debes tener en cuenta al diseñar tus empaques. Por ejemplo, el color rojo es un símbolo de buena suerte en China, mientras que en otros países está conectado con la pasión. También es importante que los colores combinen bien con el diseño del empaque y la fuente que elijas.

Por último, debes mantener la **consistencia en el uso de los colores de tu marca** para que los consumidores puedan reconocerla fácilmente. Puedes experimentar con nuevos colores, pero siempre debes mantener la identidad de la marca. Por ejemplo, Maaza mantuvo el tradicional amarillo y rojo en sus nuevos envases para mantener la consistencia en su marca.



---

La psicología del

c

o

l

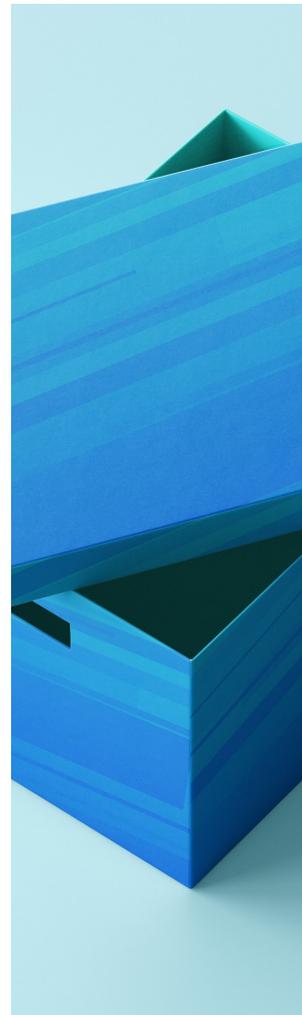
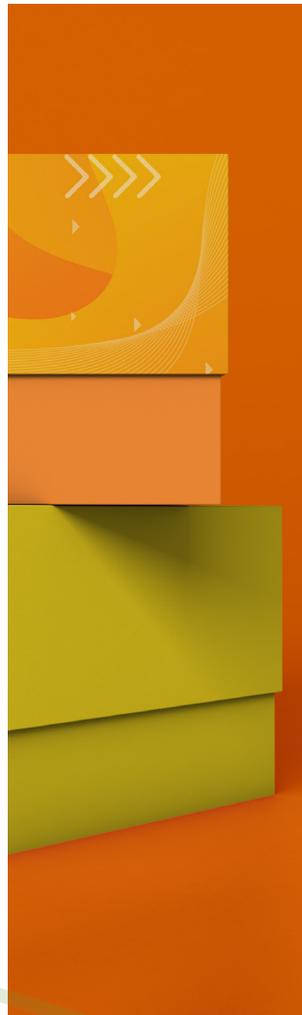
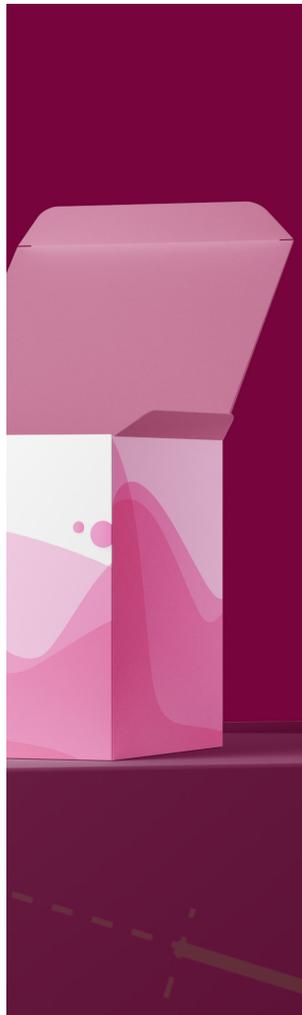
o

r

en tu empaque

---

La influencia de los colores en el comportamiento del consumidor es innegable y está impulsada por la psicología. Al seleccionar el color adecuado para el empaque de su producto, es importante considerar cómo estos tonos pueden afectar a los compradores. Algunos colores pueden reducir la seriedad del envase, como los tonos brillantes, mientras que el negro añade sofisticación.



Para elegir el tono adecuado, es importante entender la psicología detrás de cada color y cómo se percibe en términos comerciales:

| COLOR            | ATRIBUTO   | MARCAS DE EJEMPLO                       |
|------------------|--|---|
| Blanco           | sencillez, elegancia, pureza                     | Apple, Dove, Himalaya Baby Products     |
| Negro            | sofisticación, fuerza, autoridad                 | Zara, Coach                             |
| Azul             | fuerza, honestidad, seriedad, armonía, serenidad | Renu, Gillette, Pepsi                   |
| Rojo             | emoción, pasión, fuerza                          | Coca-Cola, KFC, Nescafe                 |
| Verde            | seguridad, crecimiento, armonía                  | Subway, Green Tea                       |
| Naranja          | divertido, aventurero, cordialidad               | Fanta, Orange Juice, Payless Shoe Store |
| Amarillo         | diversión, optimismo, energía                    | McDonald's, Sunflower Oil, Amul, Lego   |
| Azul Turquesa    | calma, claridad, pureza                          | Tiffany                                 |
| Púrpura - Morado | indulgencia, lujo, espiritualidad                | Cadbury, Hallmark                       |
| Rosa             | calmante, belleza, feminidad                     | Barbie, Victoria's Secret               |



# Grupak

Papel y empaque de cartón corrugado

Contacta a Grupak y déjate asesorar por nuestros expertos en empaque.

• **Protegemos tu producto, cuidamos tu futuro** •