

# EL NEGOCIO Y LOS COLORES

Nivel A1



El color es importante. Para el 93% (por ciento) de la gente el aspecto visual (incluido el color) es el elemento más importante cuando eligen un producto. Y los anuncios en color se leen casi dos veces más frecuentemente que la publicidad en blanco y negro. Además, cuando vemos un color concreto enseguida pensamos o nos imaginamos ciertas cosas (es decir asociamos el tinte con determinados valores). De todo esto se sirven las grandes marcas.

El **rojo** llama la atención. Es pasión y dinamismo. Pero cuando vemos este color también sentimos más sed, hambre y prisa. Por eso muchos restaurantes y cadenas de comida rápida utilizan el rojo en sus decorados y logotipos. ¿Conoces alguno?

El **rosa** es amor romántico. También simboliza la mujer y la fantasía. Se usa mucho en el mundo de los cosméticos y en cadenas de ropa para mujeres y chicas jóvenes.

El **morado** también es color de los cremas, sobre todo para mujeres maduras. Además, cercano a la púrpura, es el color de los reyes y algunas marcas lo usan para mostrar que sus productos son de la mejor calidad, casi reales. Por ejemplo Cadbury.

El **naranja** es muy optimista. Les gusta mucho a los niños y a los adolescentes. Si a un niño le das comida en un plato naranja, come más a gusto.

El **verde** claro es fresco y ecológico, pero el verde botella simboliza el dinero y la riqueza. Por eso el logotipo de los caramelos Tic Tac utiliza un tinte poco intenso y las tiendas de la cadena Harrods un tono más oscuro.

El **azul** le gusta a casi todo el mundo y es el color favorito de los hombres. Crea la sensación de seguridad y confianza. Por eso muchos bancos utilizan este color, sobre todo el azul marino. ¿Puedes pensar en algún ejemplo?

Cuando una empresa utiliza el **marrón** quiere decir que sus trabajadores (y servicios) son sencillos y honestos. Un buen ejemplo es la empresa de mensajería UPS.

Y cuando su logotipo es **gris** o **plateado**, tratan de indicar que su marca y sus productos son sólidos y de calidad. Es el color de muchos fabricantes de automóviles.

Por último, el color de la elegancia, del poder, del lujo y de la exclusividad. ¿Sabes cuál es? Piensa en marcas como Playbol o Channel y enseguida lo vas a descubrir.

**Responde a las preguntas/Odpowiedz na pytania.**

**1.** ¿Qué color(es) no se menciona(n) en el texto?



**2.** Según el texto:

- a) ¿Qué color es el más adecuado para una tienda de juguetes para niños?
- b) ¿Cuál es el color que más atrae a chicas de más o menos 20-25 años?
- c) ¿Qué color les gusta más a los varones?
- d) ¿Qué color simboliza rapidez y emociones fuertes?
- e) ¿Cuál es el color de los ricos?

**3.** ¿Verdadero o falso?

- a) Para la mitad de los consumidores el color es el factor más importante cuando hacen la compra.
- b) Según el artículo la mayoría de los cosméticos es de color rosa.
- c) El texto relaciona dos colores con la calidad.
- d) Para relacionar un servicio con la honradez se puede utilizar el color café.
- e) El amarillo significa alegría y les gusta mucho a los niños.
- f) No solo el color es importante. A veces también es significativo el tono.

4. ¿Qué colores usan estas grandes marcas españolas? ¿Qué te parece, por qué es así?

