

El color es el principal factor emocional en el proceso de compra de un automóvil

Cuando compramos un vehículo hay factores objetivos que marcan la decisión, como el consumo o la seguridad. Pero en este proceso de compra influyen diversos factores psicológicos y emocionales y el color es el más determinante de todos ellos

La mayoría de creativos o responsables de marketing de las principales marcas de vehículos tienen este aspecto muy estudiado. Suelen usar vehículos rojos o grises en los anuncios, porque son los que resultan más atractivos para el consumidor. Eso, desde el punto de vista del vendedor. Pero, si nos situamos en el papel del comprador, la tonalidad escogida para nuestro coche dice mucho de nosotros. En función de si optamos por el rojo, el verde o el negro se desprende que somos personas impulsivas, materialistas o creativas. El color es, definitivamente, el principal factor emocional en el proceso de compra de un vehículo.

Hay cientos de estudios que analizan cómo se produce el proceso de compra de un automóvil desde multitud de perspectivas, pero en todas ellas los procesos psicológicos están muy presentes e influyen directamente en la decisión. Esta información es muy valiosa para los creativos y responsables de marketing que realizan campañas para las diferentes marcas. Aunque, a priori, factores como la el consumo de combustible y la seguridad del vehículo son los más determinantes, los colores son uno de los elementos en los que se basa cualquier campaña para promocionar una marca o un modelo concreto de coches.

Hay estudios de marketing que coinciden en señalar que los colores más utilizados en los anuncios para promocionar coches son el rojo y el gris por ser los más atractivos visualmente para el consumidor. Sin embargo, los más eficaces para cerrar ventas son el azul y el verde. Y, eso sí, el fondo del anuncio es blanco en la mayoría de los casos ya que su efectividad se confirma en el 47 por ciento de los casos. Los vendedores de coches tienen muy en cuenta el papel del color en sus mensajes de venta a compradores potenciales de un vehículo. Pero, ¿qué importancia tiene el color desde el punto de vista del comprador?

Pues mucha, aunque su influencia en el proceso de compra de un coche no sea del todo consciente. Está demostrado que el color de un automóvil está directamente relacionado con la personalidad de su propietario y tiene un gran componente psicológico. Por ejemplo, los conductores de entre 35 y 40 años que optan por los coches blancos presentan un perfil adecuado para ocupar cargos de responsabilidad, mientras que si se decantan por el negro suelen ser personas perspicaces, y abiertas a nuevas experiencias. Por otro lado, los propietarios de vehículos azules suelen rondar los 45 años y son creativos, mientras que los de los automóviles verdes tienden a ser materialistas.

Estos datos se desprenden de un estudio realizado por la compañía de leasing de vehículos Arval, y también indica que los dueños de coches rojos son tímidos pero con arranques impulsivos. Por contra, los de los coches grises o plata metalizada son felices, emocionalmente estables y poco ansiosos.

Si te interesa el papel de los colores en psicología y su uso para luchar contra ciertas patologías, conocido como cromoterapia, visita el blog de psicoactiva.com. Allí encontrarás un interesante artículo donde se explican cómo nos influyen los colores, así como las propiedades de cada tono.

Visita: <http://blog.psicoactiva.com/>

Datos de contacto:

Marta Guerri

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Medicina](#) [Automovilismo](#) [Sociedad](#) [Industria](#) [Automotriz](#) [Otras ciencias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>