



**GRUPO  
GLOBIMAGEN**  
Profesionales en Ambientación

## La Rueda del Color

**COLOR**

**El COLOR es la fuerza motivadora en ventas.**

Alex Arroyo, CBA  
Globimagen Internacional  
[info@globimagen.com](mailto:info@globimagen.com)

En efecto, el 70% de los consumidores compran en primer lugar basados por la emoción que provoca el color.

Si entendemos el **COLOR** y si entendemos la dirección del color, entonces podremos realmente hacer nuestro trabajo más fácilmente.

**COLOR** a diferencia del sabor se graba definitivamente en nuestras mentes.

El color no solamente es importante para el consumidor; es el más importante elemento del diseño. Sin el entendimiento de **LA TEORÍA DEL COLOR** es imposible crear un arreglo estéticamente placentero que lo identifique a Usted como un CALIFICADO ARTISTA.

**COLOR** agrega dramatismo y características distintivas a un diseño floral o de globos. Pero aún más importante, una interpretación profesional del **COLOR** hace la diferencia entre una composición que se destaca frente a otros arreglos florales.

Frecuentemente, la manera en la cual el **COLOR** está presentado en un diseño es un factor importante en lograr plena satisfacción del consumidor.

**¿QUÉ ES EL  
COLOR?**

La explicación más sencilla que he encontrado dice que **es la reflexión de la luz en un superficie pigmentada que es transmitida al cerebro por los ojos.**

**COLOR** es una sensación que es visualmente registrada; no es un objeto físico que puede ser tocado y sentido.

**COLOR** es experimentado. Aparece solamente a medida que es reflejado a través de otra cosa... una decoración con globos, un arreglo floral, una obra de arte, ropa, muebles, accesorios ... La forma es que cada uno experimenta la sensación de un **COLOR** depende de las condiciones bajo las cuales el individuo ha sido expuesto al **COLOR**.

Debido a que el **COLOR** es más bien psicológico que físico, no existe una respuesta universal al **COLOR**. Un **COLOR** puede a veces expresar alegría, y otras el mismo color puede expresar preocupación.

Los globos y las flores son enviadas para transmitir una emoción; de allí que el color juega un papel fundamental en producir la respuesta deseada.

**El COLOR** es muy parecido a la Música. El rango en que los individuos les gusta y les disgusta es enorme. Y mucha gente es ambivalente sobre **COLORES**. Aún más,, ciertos colores son favoritos y producen una respuesta positiva, bajo ciertas condiciones o modos los favoritos retroceden a favor de otros aunque menos confortables son apreciados por un período de tiempo limitado.

**Psicólogos expertos en COLOR** comentan que la mayoría de la gente tiene una paleta de colores con la cual se siente confortable y la mantiene a través de su vida. Por períodos cortos de tiempo, un individuo podría cambiarse hacia un color o combinación de colores que no están en su paleta de **COLORES** preferida originalmente. Sin embargo, la mayoría regresa a los colores que han sido su patrón de vida.

Algunos **especialistas en COLOR** sostienen que las mujeres son más sensitivas al color que los hombres. En general los hombres prefieren colores cálidos y las mujeres colores fríos, aunque no existe un patrón de preferencia consistente.

**El COLOR** es una característica individual a la personalidad.

**COLORES** que son agradables para una persona, pueden ser perturbadores para otras.

<b><i>El COLOR en un diseño debe ser visto dos desde perspectivas.</i></b>	<b>La primera es la relación dentro de la composición. Esta relación es expresada no solamente por la armonía de los colores seleccionados sino también por la escala de relación entre un color y otro.</b>
	La segunda perspectiva es la relación del color con respecto al diseño mismo. Por ejemplo, en una composición asimétrica, la manera en la cual el colore es presentado debe fortalecer el concepto asimétrico. Si una composición expresa el concepto libre y fácil, no estructurado”, el <b>COLOR</b> debe ayudar a esto.

**El COLOR** usado profesionalmente requiere que el diseñador no solamente perciba la **Teoría del Color** sino que sea competente en aplicar estos principios en sus diseños.

Igualmente importante es que el florista o ayudante entienda los colores que le agraden y desagraden a sus clientes.

Finalmente, un diseñador calificado conoce como usar el **COLOR** con efectividad presentando a través de su arreglo el sentimiento que quiere expresar.