



Mi Universidad

Segunda actividad

Nombre del Alumno: Fernando José Lopez Zamorano

Nombre del tema: Diseñar un juego didáctico de nombre ¿Soy? Color

Parcial: 01

Nombre de la Materia: Mercadotecnia

Nombre de la profesora: María Eugenia Pedrueza Cano

Nombre de la Licenciatura: Diseño Gráfico

Cuatrimestre: Quinto

Planteamiento de problema

Diseñar un juego didáctico de nombre ¿Soy? color

Investigación

Historia

Los juegos de mesa han sido una forma de entretenimiento desde hace miles de años. Los primeros juegos conocidos datan de la antigua China, Egipto y Mesopotamia, donde se utilizaban para fines educativos y religiosos.

En China, se jugaba a un juego llamado “Liubo”, que se jugaba con seis dados y un tablero con marcas. Se cree que era un juego de estrategia que se utilizaba para enseñar a los jóvenes sobre la toma de decisiones y la planificación.

En Egipto, se jugaba a un juego llamado “Senet”, que se jugaba con piezas de madera y un tablero con 30 casillas. Se cree que era un juego religioso que simbolizaba el viaje del alma después de la muerte.

En Mesopotamia, se jugaba a un juego llamado “Royal Game of Ur”, que se jugaba con dos dados y un tablero con 20 casillas. Se cree que era un juego de estrategia que se utilizaba para entrenar a los militares y para enseñar sobre el comercio y las finanzas.

En la Edad Media, los juegos de mesa se volvieron más populares en Europa. Los juegos como el “Ajedrez” y el “Juego de la Oca” se convirtieron en juegos populares entre la realeza y la nobleza. El Ajedrez, originado en la India, se convirtió en un juego de estrategia muy popular en Europa en el siglo IX. El juego de la Oca, originado en Europa, se convirtió en un juego de azar muy popular en el siglo XV.

En el siglo XIX, los juegos de mesa comenzaron a ser producidos en masa y se volvieron más accesibles para la clase media. Juegos como “Monopoly” y “Scrabble” se convirtieron en populares en todo el mundo. El Monopoly, creado en 1935, se convirtió en uno de los juegos de mesa más vendidos de todos los tiempos. El Scrabble, creado en 1938, se convirtió en un juego de palabras muy popular en todo el mundo.

En la actualidad, los juegos de mesa siguen siendo una forma popular de entretenimiento. Con la popularidad de internet y los juegos en línea, los juegos de mesa también se han vuelto más accesibles que nunca. Los juegos de mesa en línea permiten a los jugadores de todo el mundo jugar juntos sin importar la distancia física.

¿Qué son los Juegos de Mesa?

Son aquellos juegos en los que se juega sobre un tablero o sobre una superficie plana como puedes ser una mesa. Estos juegos están compuestos básicamente de un tablero y fichas que suelen ser de diferentes colores. Las reglas del juego dependerán del tipo de juego al que vayamos a jugar, ya que cada juego tiene sus propias reglas. Como ya sabremos, hay diferentes tipos de juegos, algunos se basarán en el razonamiento lógico o estratégico y otros únicamente en el azar. Los juegos de mesa no son actividades con las que se realice actividad física o un gran esfuerzo físico ya que por norma general en la mayoría de los juegos estaremos sentados.

Estos juegos han estado presentes toda nuestra vida. En la prehistoria ya existían este tipo de juegos siendo el primer juego de mesa los dados, aunque actualmente se han encontrado más juegos. En los yacimientos de Basur Höyük cerca de Siirt (Turquía) se encontraron 49 sorprendentes piezas que desvelan un misterioso juego. Los investigadores de este gran descubrimiento no sabían si se trata de

un único juego o puede ser fichas de diferentes juegos. También, en otros países como Siria e Irak se han encontrado más piezas que parecen ser de juegos de mesas.

Conforme ha pasado el tiempo los juegos de mesa han ido evolucionando y estos juegos se han ido convirtiendo en un pasatiempo real y cada vez el de más gente. El ajedrez y las damas chinas son juegos muy populares y conocidos desde hace muchísimo tiempo. Con el paso de tiempo los juegos han ido evolucionando y se incorporan conceptos y métodos nuevos como elementos educativos o pedagógicos para el aprendizaje de los más pequeños de la casa.

Aunque con la era digital los juegos de mesa parecen que están en decadencia esto no es real. Muchos videojuegos se basan en juegos de mesa o simulan juegos de mesa. Por ejemplo, todo un clásico juego de cartas «el solitario» mundialmente conocido por un juego de ordenador/movil/tablet.

Tipos

Abstractos

Son juegos de mesa que no tienen una temática concreta. Además, los elementos de juego (dados, fichas y similares) no representan objetos dentro del tablero del juego en cuestión. Aquí también entrarían los juegos de losetas, así como clásicos del calibre del ajedrez o el backgammon.

Es quizá el género más variopinto, un "cajón de sastre" dedicado a aquellos títulos que no tienen un género definido por el estilo de juego. En ocasiones, incorporan mecánicas ya conocidas, pero con un giro de tuerca que los hace únicos.

Los ejemplos más representativos son:

- Pistas cruzadas
- No, Gracias
- Smart10
- Santorini
- Guatafac

Ameritrash

Los juegos de mesa Ameritrash son aquellos que enfatizan la temática (o ambiente que adaptan) por encima de las mecánicas y elementos de juego. Es decir, son juegos que priorizan la inmersión de los participantes en la historia, campaña o situaciones.

Rara vez los juegos de mesa de este género destacan por sus mecánicas, ya que se basan en elementos propios de otros géneros... pero siempre bajo un contexto o temática bien definida. Son muy comunes en la industria estadounidense.

Los ejemplos más representativos son:

- Scythe
- Zombicide
- Descent
- Las Mansiones de la Locura
- Dune: La Guerra de Arrakis

Cartas coleccionables

Los juegos de mesa de cartas coleccionables son aquellos que se basan, en un principio, en un set inicial de cartas. Son los elementos de juego, que cada participante debe utilizar respetando las reglas de la partida, y también adquieren un valor de coleccionista. Y si no que se lo digan a la edición de El Señor de los Anillos de Magic.

Se diferencian de otros juegos de cartas, como los de construcción de mazos, en que los juegos CCG necesitan de sets de expansión (con cartas aleatorias) para ir ampliando la experiencia de juego.

Los ejemplos más representativos son:

- Magic The Gathering
- Pokémon JCC
- Altered
- Dragon Ball Super Card Game
- Flesh and Blood

Cooperativos

Los juegos de mesa cooperativos son de los más populares, ya que existen numerosos títulos que apuestan por su estilo de juego y mecánicas. No se pueden jugar en solitario, y normalmente se suelen desarrollar con un grupo mínimo de tres a cuatro jugadores.

Los participantes no se enfrentan en los juegos de mesa cooperativos, sino que deben cooperar para llegar a un objetivo común. Ganan todos o pierden todos.

Los ejemplos más representativos son:

- Pandemic
- El Desierto Prohibido
- Ghost Stories
- Paleo
- Spoilers: Travel Edition
- Monstermania

Adivinanzas

El juego "Quién soy" es un juego de adivinanzas en el que los jugadores deben descubrir qué palabra o nombre tienen escrito en la frente.

Objetivo

- Adivinar qué palabra o nombre tiene escrito en la frente.
- Ser el primer jugador en adivinar.

Dinámica

- Cada jugador toma una ficha al azar, sin mirarla, y la coloca en la vincha en su frente.
- Los otros jugadores formulan preguntas para llegar a definir y adivinar el elemento seleccionado.
- Las preguntas deben tener como respuesta sí o no.

Beneficios

- Desarrolla la memoria.
- Ejercita el cerebro, aumenta la creatividad.
- Estimula la imaginación y la relación gestual entre los jugadores.

Variantes

- El juego puede jugarse con dos o más jugadores.
- Se puede seguir jugando hasta que todos hayan adivinado correctamente su propia identidad.

¿Qué es el Diseño Gráfico en los Juegos de Mesa?

Antes de sumergirnos en los detalles, vamos a aclarar qué es exactamente el diseño gráfico en los juegos de mesa. Básicamente, se trata de la creación y maquetación de todos los elementos visuales de un juego de mesa, desde la caja y el tablero hasta las cartas y los componentes. Es el arte de combinar imágenes, texto y diseño para crear una experiencia de juego atractiva y cohesiva.

En esta fase suele pasar dos cosas, una es que el ilustrador/a también realiza el diseño gráfico del juego, ya sea por experiencia y conocimientos (lo cual hace que el resultado sea más coherente y atractivo) o lamentablemente porque la editorial prefiere ahorrarse el dinero... esto sucede cuando tienen poca experiencia y la editorial no conoce los beneficios de un buen diseño gráfico.

La otra sería que el arte lo realice un ilustrador/a y la parte del diseño se encargue un diseñador gráfico o estudio de diseño. En estos casos, cada persona es especialista en su área y gracias al trabajo en equipo puede salir un gran arte final. En estos casos se debe tener cuidado de que los profesionales no sean demasiado independientes y que el arte y el diseño no encajen.

Elementos Clave del Diseño Gráfico en los Juegos de Mesa

Ahora que sabemos qué es el diseño gráfico en los juegos de mesa, hablemos sobre algunos elementos clave que debes tener en cuenta al diseñar tus juegos:

1. Arte de la Caja

La caja del juego es la primera impresión que los jugadores tendrán de tu juego, así que asegúrate de que sea llamativa y representativa del tema y la mecánica del juego. Utiliza ilustraciones vibrantes y un diseño limpio y atractivo para destacar en las estanterías de las tiendas y captar la atención de los jugadores.

2. Tablero y Componentes

El tablero y los componentes del juego son elementos esenciales que ayudan a guiar la experiencia de juego y sumergir a los jugadores en el mundo del juego. Diseña un tablero claro y fácil de entender, y utiliza componentes de alta calidad que sean duraderos y agradables al tacto.

3. Cartas y Loquetas

Las cartas y loquetas son una parte fundamental de muchos juegos de mesa, así que asegúrate de que su diseño sea funcional y estéticamente atractivo. Utiliza iconografía clara y legible, y asegúrate de que el diseño de las cartas y loquetas sea coherente con el resto del juego.

Consejos para un Diseño Gráfico en Juegos de Mesa Exitoso

Ahora que conocemos los elementos básicos, veamos algunos consejos prácticos para mejorar tu diseño gráfico en juegos de mesa:

1. Conoce a tu Audiencia

Antes de empezar cualquier diseño, es crucial conocer el tipo de audiencia al que va dirigido el juego de mesa. ¿Qué tipo de juegos les gusta jugar? ¿Qué temas y estilos prefieren? Utiliza esta información para adaptar tu diseño y lenguaje a sus gustos y preferencias.

2. Mantenlo Simple y Funcional

A veces, menos es más. No satures tu juego con demasiados elementos o detalles innecesarios. Mantén el diseño limpio, claro y fácil de entender, y asegúrate de que cada elemento tenga una función específica en la experiencia de juego.

3. Sé Creativo y Original

No tengas miedo de pensar fuera de la caja y probar cosas nuevas y originales. Experimenta con diferentes estilos de arte, técnicas de diseño y materiales de juego para crear una experiencia única y memorable para tus jugadores.

Preparación de Archivos para Imprenta en Juegos de Mesa

Ahora, hablemos de un aspecto crucial en la producción de juegos de mesa: la preparación de archivos para imprenta. Este proceso es fundamental para asegurar que tus juegos se impriman correctamente y luzcan espectaculares en las mesas de juego de los jugadores.

1. Formato y Resolución de Archivos

Antes de enviar tus archivos a la imprenta, es importante asegurarse de que estén en el formato adecuado y tengan la resolución necesaria para una impresión de alta calidad. Generalmente, se prefieren archivos en formato PDF con una resolución de al menos 300 DPI (puntos por pulgada) para garantizar una reproducción nítida de imágenes y texto.

2. Sangrado y Margen de Seguridad

El sangrado y el margen de seguridad son elementos importantes a considerar al preparar tus archivos para imprenta. El sangrado se refiere al área adicional de diseño que se extiende más allá del borde del arte final, mientras que el margen de seguridad es el área interna que garantiza que ningún elemento crítico se recorte durante el proceso de corte. Asegúrate de incluir suficiente sangrado y margen de seguridad según las especificaciones de tu imprenta.

3. Colores y Perfiles de Color

Es crucial utilizar el sistema de color adecuado y configurar correctamente los perfiles de color en tus archivos para imprenta. La mayoría de las imprentas utilizan el modelo de color CMYK (cian, magenta, amarillo y negro) para la impresión, por lo que debes asegurarte de que tus archivos estén configurados en este modo de color. Además, es importante utilizar perfiles de color ICC adecuados para garantizar una reproducción precisa de los colores en la impresión final.

5. Comprobación de Errores y Revisión de Diseño

Antes de enviar tus archivos a la imprenta, es fundamental realizar una exhaustiva comprobación de errores y revisión de diseño. Esto incluye verificar la ortografía y gramática en todos los textos, asegurarse de que las imágenes estén correctamente alineadas y verificar que todos los elementos estén en el lugar correcto según el diseño final del juego.

6. Formato de Corte y Plegado

Finalmente, asegúrate de proporcionar a tu imprenta instrucciones claras sobre el formato de corte y plegado de tus juegos de mesa. Esto incluye indicar la ubicación de las líneas de corte y plegado en tus archivos, así como proporcionar un diseño de muestra o maqueta para referencia visual.

- **Teoría del color**

Esta teoría te puede ayudar en diferentes ocasiones, como escoger tonos para un diseño o mezclar perfectamente lo que te vas poner. Al aprender un poco sobre ella empezarás a ver el color de una forma distinta.

Si mezclamos estos colores, obtenemos aún más tonos, como el rojo anaranjado y el verde lima.

En conjunto, todos los colores de los que hablamos anteriormente conforman el **círculo cromático** o **rueda del color**.

Tal vez estas palabras no te sean familiares, pero son la clave para entender cómo funcionan los matices del color.

Tonalidad: es la más fácil entre todas. Básicamente, es sinónimo de color.

Saturación: se refiere a la intensidad, es decir, si el color es más sutil o más fuerte.

Brillo: te indica si el color es oscuro o claro, en un rango de negro a blanco. Esto te da muchas opciones, por ejemplo, puedes pasar de un rojizo opaco profundo a un rosado pastel.

Formas de combinar colores.

La fórmula más sencilla es la **monocromática** porque se utiliza un solo color. Elige un punto del círculo y usa tus conocimientos sobre saturación y brillo para crear variaciones en el tono. Lo mejor sobre este tipo de paletas es que tienes la garantía que combinarán.

Con la fórmula **análoga** se eligen los colores que se siguen uno al otro en la rueda, como rojos y anaranjados, o azules y verdes.

Los colores **complementarios** son opuestos uno al otro en la rueda. Por ejemplo: azul y naranja, o el clásico rojo y verde. Para evitar que la paleta te quede muy simple, puedes agregar tonos más claros, oscuros o con poca saturación.

Con los colores **complementarios divididos** utilizas los colores que están junto al color complementario. Esto te da el mismo nivel de contraste, pero más opciones de tonos y, posiblemente, resultados más interesantes.

Por otra parte, con la **triada** se forma un triángulo en el círculo cromático y se usan los colores que están en cada esquina. Estas combinaciones tienden a ser bastante impactantes, particularmente con colores primarios y secundarios, así que piénsalo bien antes de elegirlos.

Una paleta **tetraédrica** forma un rectángulo en el círculo, por lo cual no usa uno, sino dos pares de colores complementarios. Esta fórmula funciona mejor si dejas un color como dominante y los otros tres como auxiliares.

- **Los colores en tendencia en la moda 2025**

Conocer los colores en tendencia de 2025 es fundamental en el proceso de renovar nuestro estilo en este nuevo año. Sobre todo para saber cuáles son las piezas que podemos mantener en el armario, y cuáles no, y así estar en sintonía con la paleta de tonalidades que han dictado las firmas más relevantes de las Semanas de la Moda. Hablamos de Alaïa a Miu Miu, pasando por Gucci, Valentino y Fendi, por mencionar algunas de las casas de moda que entran en esa categoría.

Café Chocolate (Mocha Mousse)

Pantone declaró el Mocha Mousse como el color del año 2025, “un rico tono marrón impregnado del refinamiento de la tierra”. Y es que el café chocolate se asocia con la naturaleza y con un sentimiento de calidez e indulgencia.

Negro Profundo

El negro es un color clásico y elegante para las cuatro estaciones del año. Si bien es preferido para eventos de noche, también se convierte en un comodín para el día, pues siempre puedes contar con él para evitar cualquier paso en falso. Protagonista del little black dress, el color negro define los códigos de sofisticación y hedonismo.

Rojo Escarlata

En 2025, el color rojo escarlata fue visto en diversas pasarelas, tanto en estilismos sofisticados, con faldas y pantalones sastre, como se vio en Roberto Cavalli, pero también en looks de punto para darle la bienvenida al otoño, como lo demostró Carolina Herrera. Este tono, encendido por naturaleza, será cómplice de quienes busquen captar toda la atención. El tipo de mujer que lo viste evoca personajes tan icónicos como Jessica Rabbit o a Julia Roberts en *Pretty Woman*.

Amarillo Mantequilla

El color amarillo mantequilla se seguirá deslizando por todo el 2025. Aunque apareció desde el 2020 en firmas como Loewe y Jacquemus, tomó más fuerza durante el 2024 y ahora ha dado un salto a este año. El color amarillo representa positivismo y alegría, dos sentimientos presentes en cuanto empieza el verano.

Naranja Mandarina

El vestido naranja mandarina de Vera Wang que Charlize Theron llevó en la alfombra roja de los premios de la Academia de los 2000, confirma que este color no solo representa el sentimiento de un atardecer. Aunque se podría creer que es difícil de combinar, el naranja mandarina va bien con el negro, como se vio en la pasarela de GCDS. ¡Una idea diferente es llevarlo en medias!

Rosa (del flamenco al pastel)

El color rosa está asociado con la femineidad y este año lo veremos en una diversa paleta de tonalidades que pasa por los tonos más suaves, como el pastel, y se va elevando hasta llegar al rosa flamenco.

Verde Musgo

El verde es un color que por naturaleza representa lujo y estilo, ligado a la salud y a la naturaleza. En 2025, sus diversas tonalidades se hicieron presentes, pero el verde musgo es el que gana protagonismo. Lo vimos en la pasarela de Prada, combinado con rosa chicle, pero también en Alexander McQueen en vestidos vaporosos y en los diseños suntuosos de Saint Laurent.

Vino (Burgundy)

El color vino, conocido como granate o burgundy, estará presente los 365 días del año. Lo veremos en la temporada más calurosa del año en vestidos de punto, como lo demostró Nensi Dojaka, pero también en jeans acampanados y pantalones elegantes, como se vio en Etro. Es un color ideal para combinar con tonos más claros, como el rosa o el verde, pero también para crear contrastes con negro y con blanco.

- **Aplicación del color a la foto**

Ahora que están sentadas las bases, podemos hablar del color directamente aplicado a la creación de fotografías para, así, sacarle el máximo brillo al color de tus fotos.

Balance de blancos

Es la temperatura de color en la que será disparada tu fotografía. La puedes llevar hacia los colores fríos o hacia los cálidos, y hasta aparentar un tipo de iluminación como tungsteno, luz fluorescente o luz de día.

Exposición

Mientras más precisa sea tu exposición, más apegados a la realidad serán los colores de tu toma. Por lo tanto, controlar la exposición de tus fotos es una prioridad.

Color en clave alta

Son las imágenes en las que domina el color blanco. Están asociadas a sentimientos positivos y a la pureza. Para lograrlas, necesitas un fondo blanco y montones de luz.

Color en clave baja

El color predominante en este tipo de fotografías es el negro. La sensación que transmite es de misterio o elegancia. Si quieres lograr fotografías así y no sabes cómo, puedes consultar el artículo de Ejercicios para mejorar tus fotos(se abre en una ventana nueva).

Contraste de colores

Si en tus fotografías contraponen colores primarios con secundarios, lograrás el mayor grado de contraste visual. Los colores complementarios son:

Amarillo – Violeta

Rojo – Verde

Azul – Naranja

Mezclar colores cálidos y fríos

Visualmente se dice que, en una imagen, los colores fríos retroceden y los cálidos avanzan. Por eso, mezclarlos te ayudará a acentuar los planos.

El color como pretexto

Usa el color para crear fotografías originales en las que el foco sean las diferentes tonalidades que encuentres en una escena o aprovechando las cualidades de tu modelo.

Luces y sombras

No dejes de combinar los colores de tu escena con sombras para crear efectos llamativos.

Efecto Bokeh

Es la técnica de enfocar al modelo u objeto y desenfocar todo lo demás. El efecto se da cuando en el fondo, que está fuera de foco, aparecen luces que generan pequeños círculos brillantes que se superponen.

Color en la naturaleza

La fuente inagotable de color es, sin duda, la naturaleza. Las flores, los animales, los insectos ¡y el arcoíris! ofrecen posibilidades inmejorables para jugar con el espectro del color.

● La psicología del color

La psicología del color es el estudio de cómo el color afecta el comportamiento humano, siendo esta una rama del campo más amplio de la psicología del comportamiento. Esta ciencia argumenta que sentimos el color y que cada color tiene una poderosa influencia sobre el estado de ánimo y mental de un individuo.

El color tiene la capacidad de estimular o deprimir, de crear alegría o tristeza, y de despertar actitudes pasivas o activas. Algunos colores nos producen una sensación de serenidad y calma (que generalmente se encuentran del lado azul del espectro, conocido como el lado frío), mientras que otros nos inducen ira y nos hacen sentir incómodos (estos se encuentran del lado rojo del espectro, conocido como el lado cálido). La teoría del color se usa en una rama de la psicología que se denomina psicología del color, que estudia cómo la presencia del color puede influir en la percepción y el ánimo.

El significado del color rojo

Positivo: Pasión, atrevimiento, importancia, fuerza, calor, energía, estimulación, masculinidad, excitación, exuberancia, osadía.

Negativo: Desafío, agresión, impacto, tensión.

El rojo trae atención a textos e imágenes, así que úsalo como un color para estimular a las personas a tomar decisiones rápidas. Es un color perfecto para botones con *Call-To-Actions* como "Comprar

ahora" o "Hacer clic aquí". En publicidad, el rojo se usa a menudo para evocar sensaciones eróticas o para indicar peligro; también se asocia con la energía, por lo que lo puedes usar para promocionar bebidas energéticas, juegos, autos o artículos relacionados con deportes.

El significado del color amarillo

Positivo: Felicidad, amistad, advertencia, optimismo, caluroso, velocidad, amabilidad, autoestima, extroversión.

Negativo: Ansiedad, irracionalidad, fragilidad, miedo.

El amarillo evoca sentimientos agradables y alegres, así que puedes usarlo para promocionar productos infantiles y artículos relacionados con el ocio. Usualmente se percibe al amarillo como un color despreocupado e inestable, por lo que no se recomienda usarlo para vender productos de prestigio o caros: nadie compra un traje o un Mercedes Benz amarillo.

El significado del color naranja

Positivo: Energía, vitalidad, diversión, seguridad, jugueteo, calidez, confort, comida.

Negativo: Privación, frustración, frivolidad, inmadurez.

El naranja es un color que da la sensación de calor, por lo que produce un efecto estimulante y es muy aceptado entre los jóvenes. Este color tiene una visibilidad muy alta, por lo que puedes usarlo para llamar la atención y promocionar productos alimenticios o juguetes.

El significado del color verde

Positivo: Naturaleza, salud, paz, orgánico, equilibrio, restauración, conciencia, armonía.

Negativo: Aburrimiento, estancamiento, enervación.

El verde tiene un gran poder curativo, el cual lo hace el color más relajante para el ojo humano; este sugiere estabilidad y resistencia. Usa el verde para indicar equilibrio en tus mensajes o promocionar productos 'verdes'.

El significado del color azul

Positivo: Inteligencia, confianza, seguridad, serenidad, comunicación, eficiencia, lógica, reflexión, calma.

Negativo: Frialidad, distanciamiento, falta emocional.

El azul es un color que se considera beneficioso para mente y cuerpo. Disminuye el metabolismo humano, produce un efecto calmante y emite seguridad. Varios bancos, hospitales y Facebook gustan usar del color azul para demostrar confianza a sus clientes. Además, puedes usar azul para promocionar productos o servicios relacionados con la limpieza, aerolíneas y agencias de viajes. Evita usarlo para promover comida, ya que el azul suprime el apetito.

El significado del color morado

Positivo: Lujo, misterio, creatividad, espiritualismo, visión, autenticidad, verdad.

Negativo: Introversión, decadencia, supresión.

El morado está asociado con la realeza; representa la sabiduría, la imaginación, la locura, la creatividad, el misterio y la magia. Es una buena opción para un diseño femenino o una agencia de publicidad.

El significado del color negro

Positivo: Sofisticación, protección, elegancia, sustancia, glamour.

Negativo: Opresión, frialidad, amenaza, pesadez.

El negro es un color misterioso asociado con el miedo, lo desconocido y, por lo general, tiene una connotación negativa: lista negra, humor negro, muerte negra. De la misma forma, es un color elegante y prestigioso: corbata negra, Mercedes Benz negro. Un excelente color para marcas de lujo o moda.

El significado del color blanco

Positivo: Virtuoso, pureza, juventud, esterilidad, limpieza, simplicidad, sofisticación, claridad.

Negativo: Elitismo, esterilidad, frialdad, antipatía.

El blanco es considerado el color de la perfección, un nuevo comienzo y es el color representativo de la fe. Es un color apropiado para organizaciones caritativas o religiosas. El blanco se asocia con salud y esterilidad, por lo que puedes usarlo para dar seguridad al promocionar productos médicos, alimentos bajos en grasa y productos lácteos.

- **¿Por qué son importantes los colores en marketing?**

Los colores son importantes para el marketing y la coherencia de marca porque pueden convencer a tu público para que actúe de una determinada manera o asocie principios específicos con tu producto o servicio. Si seleccionas los colores adecuados te resultará más fácil aumentar tu tasa de conversión. Algunas de las principales ventajas de utilizar colores en marketing son:

Puedes convencer a los consumidores para que piensen de una determinada manera o reaccionen de una forma concreta.

Si asocias un color específico con tu producto o servicio puedes hacer una declaración sutil sobre tu marca o producto.

Una combinación de colores adecuada puede cambiar el estado de ánimo de tu mercado objetivo y hacer que sea más probable que se comporte de una determinada manera.

El significado de los colores en marketing

Cuando busques los mejores colores para tu marketing en tu mercado objetivo, ten en cuenta su significado. Cada color representa algo, y tienes que pensar detenidamente en cómo puedes aprovechar al máximo cada color.

A continuación repasaremos algunos de los colores más populares para el marketing y lo que significan para que puedas empezar.

Rojo

El rojo es un color predominante que muchas empresas utilizan en sus campañas de marketing. Se supone que transmite energía, amor, fuerza y entusiasmo. Si quieres animar a tu mercado objetivo a hacer algo concreto, el rojo puede darles motivación para hacerlo.

Azul

La psicología del color azul también es popular porque se asocia con la lealtad, la confianza, la competencia y la paz. De hecho, un 40 % de las empresas de Fortune 500 utilizan el azul en su logotipo. Hay diferentes tonos de azul, y tal vez te interese considerar cuál es el mejor para tus campañas.

Verde

Utilizar la psicología del color verde en tu marketing puede asociar tu marca con frescura, sanación, naturaleza y calidad. Debido a la creciente atención que se presta al medioambiente, tal vez te interese utilizar el verde si quieres que tu marca se asocie con la sostenibilidad.

Amarillo

La psicología del color amarillo está vinculada a la calidez, la felicidad y la creatividad. Aunque el amarillo no sea tan popular como otros colores, puede ayudar a diferenciar tu marca de la competencia.

Naranja

El naranja se utiliza con frecuencia en campañas de marketing porque destaca entre la multitud. La gente asocia el naranja con la valentía, la confianza, la sociabilidad y el éxito.

Rosa

Si utilizas el color rosa en tu marketing, tu marca puede parecer compasiva, sincera, dulce y sofisticada. Aunque el rosa suele asociarse con productos de puericultura, puede estar estrechamente vinculado a otros productos y servicios.

Morado

Históricamente, el morado ha sido el color de la realeza. Por eso no debería sorprender que siga asociándose a la ambición, el lujo y la realeza. La psicología del color púrpura también puede asociarse con la espiritualidad, por lo que tal vez desees tenerlo en cuenta a la hora de definir los colores de tu marca.

Negro

El negro suele asociarse con el dramatismo, la seguridad, la formalidad y la sofisticación. El negro es un color estándar en las campañas de marketing modernas y posmodernas.

Blanco

El blanco se asocia a menudo con la inocencia, la honradez, la limpieza y la sencillez. Si deseas que tu producto o servicio parezca sencillo y transparente, el blanco puede ser un buen color a elegir.

Ten en cuenta que esto es solo una descripción general de los diferentes colores. Aunque algunos significados de los colores pueden ser universales, otros pueden diferir de una cultura a otra. Por eso debes pensar detenidamente qué colores utilizas como parte de tu marketing, cómo podrían percibirse en diferentes lugares y cómo puedes maximizar cada uno de estos colores en tu beneficio.

Síntesis

Los juegos de mesa han sido una forma de entretenimiento y educación desde hace miles de años, con orígenes en diferentes culturas antiguas como China, Egipto y Mesopotamia. A medida que evolucionaron a través de los siglos, se convirtieron en un pasatiempo popular entre la realeza y la nobleza en la Edad Media, y luego se volvieron más accesibles para la clase media en el siglo XIX con la producción en masa. Los juegos de mesa son una de las actividades que nos permite socializarnos, mantener la mente activa e incrementar la capacidad de aprendizaje, por lo que todo el mundo debe de vez en cuando jugar alguna partida a estos fabulosos juegos.

Posibles nombres para el juego didáctico:

Adivíname

¿Adivina mi color?

¿Qué color soy?

¿Cuál es mi color?

¿Soy Color?

“Proceso Mercadológico JUEGO DE MESA DIDÁCTICO”

1) PRODUCTO

El juego de mesa “¿Soy Color?”, es un juego didáctico en el cual por medio de preguntas los participantes conocerán más sobre la teoría de color que existen, tales como mezclar colores, el origen de los colores, hasta que significan los colores.

2) PRECIO

Se realizó una encuesta en donde se preguntaron a distintas personas se llegó a la conclusión de que ellos están dispuestos a pagar entre los \$300.00 a \$400.00 por lo cual el precio del juego es de \$350.00

3) PLAZA

El juego didáctico será distribuido en centros comerciales tales como Walmart, Chedraui, Soriana y en tiendas en línea.

4) PROMOCIÓN

El producto se promocionará en redes sociales tales como Facebook, Instagram y TikTok por medios de imágenes promocionales, videos (reels) de cómo se juega el juego.

5) ANÁLISIS FODA

F

- Producto innovador
- Calidad en el producto
- Ejercita el cerebro y aumenta la creatividad

O

- Intereses educativos
- Amplio mercado

D

- Somos un producto nuevo en el sector juguetero
- Poco e inadecuada uso de publicidad

A

- Juegos electrónicos
- Competencia con otros juegos de mesa
- No querer comprar el producto

6) ESTRATEGIA

Conociendo los puntos positivos y contras del productivo se procedió a realizar la siguiente estrategia. El ser un juego nuevo podemos llegar a darnos a conocer por medio de redes sociales para que los niños y demás personas conozcan el juego. Podemos llevar a construir una buena estrategia de publicidad, realizando reels con niños jugando el juego. Nuestras amenazas son los juegos electrónicos para lograr llegar a ese tipo de audiencias se logrará mostrar el juego muy divertido al igual podrán conocer más sobre los colores.

ETAPA CREATIVA



Dumi

- Empaque frontal:



- Empaque trasero:



- Instructivo:



¿SOY?
COLOR

2-6 JUGADORES
EDAD + 7 AÑOS

REGLAS DEL JUEGO

CONCEPTO: "¿Soy Color?", es un juego didáctico en el cual por medio de preguntas los participantes conocerán más sobre la teoría de color que existen, tales como mezclar colores, los colores que están de moda, hasta que significan los colores.

OBJETIVO: Ser el primer jugador en adivinar que color es!

PREPARACION DEL JUEGO:

- Coloca las tarjetas boca abajo en el centro del área de juego.
- Cada jugador elige una banda de plástico y la ajusta alrededor de su cabeza. Asegúrate de que la banda de plástico este encima de tus cejas y la tarjeta esté centrada en tu frente.
- Reparte una tarjeta boca abajo a cada jugador.
- Sin ver la imagen de la tarjeta, los jugadores la colocan en la ranura de la banda de plástico para que los demás puedan ver la imagen.
- Reparte 3 fichas a cada jugador. El resto de las fichas son para el "banco".

¡A JUGAR!

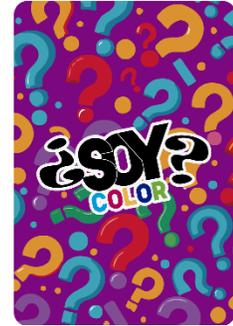
- El jugador más joven comienza. Continúa el que está a su izquierda.
- En tu turno, volteas el reloj de arena y preguntas a cada uno de los jugadores, algo que te ayude a identificar la imagen en tu cabeza.
- Una vez que has preguntado a todos los jugadores, comienza una segunda ronda, después una tercera, etcétera hasta estar seguro de que color eres.
- Las tarjetas de preguntas muestran ejemplos de preguntas que puedes hacer para ayudarte a descubrir que eres. Estas preguntas son solo una guía; no tienes que preguntar si no quieres. Puedes utilizar cualquier pregunta excepto ¿Qué soy? En cualquier momento puedes preguntar ¿soy color...?
- Si adivinas la imagen antes que termine, elige otra y colócala en la banda de plástico (¡sin mirar!). Continúa haciendo preguntas hasta que el tiempo termine. Para cada imagen que adivines, coloca una de tus fichas en el banco. Ahora es turno del siguiente jugador.
- En cualquier momento durante su turno, puedes rendirte. Si lo haces, el banco te da una ficha y una nueva tarjeta para el próximo turno.

GANADOR:
Si eres el primero en deshacerte de todas tus fichas, ¡eres el ganador!



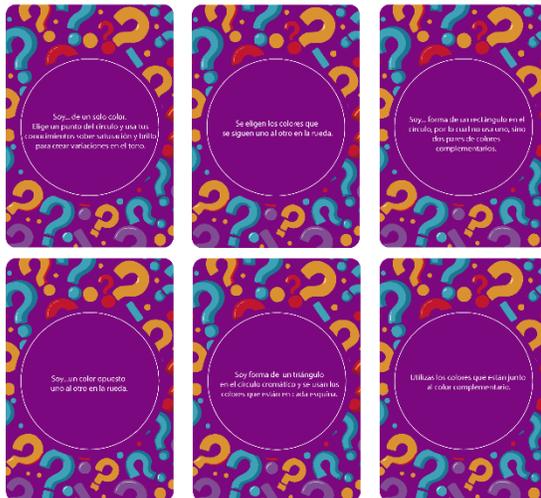
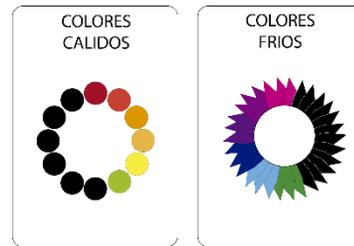
¿Soy una emoción positiva?
¿Soy una emoción negativa?
¿Soy una sensación fría?
¿Soy una sensación caliente?
¿Tengo forma de un rectángulo?
¿Soy de un solo color?
¿Soy un color frío?
¿Soy un color caliente?
¿Mi color esta junto al otro color?
¿Tengo forma de triángulo?
¿Soy una forma de cambiar colores?

¿SOY?
COLOR

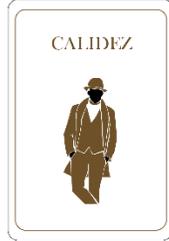
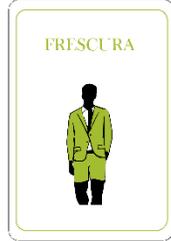
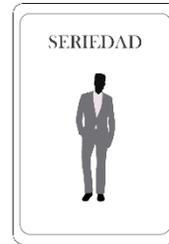


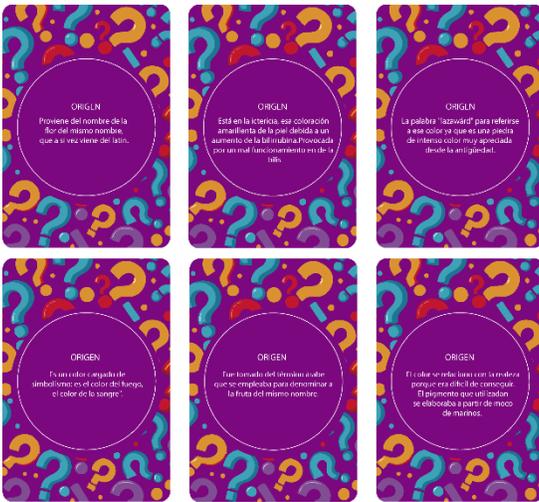
¿SOY?
COLOR

Cartas del juego: frontal y traseras









ROSA



AMARRILLO



AZUL



ROJO



NARANJA



MORADO



VERDE



BLANCO



ORIGEN

Proviene del nombre de la flor del mismo nombre, que a su vez viene del latín.

ORIGEN

Este es la ictericia, esa coloración amarillenta de la piel debida a un aumento del bilirrubina provocada por un mal funcionamiento en del hígado.

ORIGEN

La palabra "lazzavard" para referirse a ese color ya que es una piedra de intenso color muy apreciada desde la antigüedad.

ORIGEN

Es un color que se relaciona con la viveza, con la juventud, con el vigor.

ORIGEN

Nace en el siglo XII empleado para designar la luz blanca pura de la maquiagua.

ORIGEN

Es un color cargado de simbolismo: es el color del fuego, el color de la sangre.

ORIGEN

Tan tamaño del término color que se empleaba para denominar a la fruta del mismo nombre.

ORIGEN

El color se relaciona con la muerte porque era el color de conque. El pigmento que un insecto se elaboraba a partir de moco de mariscos.

Etapa constructiva:

1. Generación de ideas:

El concepto del juego consiste en dar a colores los colores a través de algo divertido, el concepto son los colores todo lo que pueden llegar a transmitir.

2. Definición del producto

El juego contiene cartas con significados de los colores, también encontrarán los significados en la moda, el origen y la teoría de color. Para que las personas desde niños de 7 años a personas mayores aprendan de manera divertida sobre los colores.

3. Elaboración del prototipo

Se realizaron 5 categorías distintas de 8 cartas por cada categoría, ayudando con una imagen ilustrada, para dar identidad al color, y en la parte de atrás de las cartas se le agregó más información acerca del color que corresponde a la carta. Contiene instructivo, bandas y un termómetro de arena. El empaque inspirado en el juego de colores.

4. Diseño inicial

Se mandó a producción para realizar pruebas y ver que el juego sea funcional.

5. Validación y pruebas

Se realizaron juegos para ver que las personas puedan jugarlo y se diviertan.

6. Comercialización

Su principal promoción será en redes sociales, mediante imágenes promocionales del juego. Y el juego podrán encontrarlo en plazas comerciales tales como walmart, Chedraui y Liverpool.