Para gustos, colores

Motor | 19/08/2019

El blanco es el color de coche más elegido en todo el mundo, seguido del negro y del gris

El sector del automóvil vive una constante revolución desde la movilidad eléctrica hasta la digitalización, pero hay un momento especial en la compra de un vehículo que no cambia: elegir el color de nuestro futuro coche. Pero ¿qué hay detrás de esta elección que cada día realizan miles de clientes en todo el mundo?

El blanco gana: es el rey a nivel mundial, según los datos de Axalta Coating Systems. Un 39% de los conductores se decanta por este color, que encabeza el ranking por séptimo año consecutivo. Los datos coinciden con los de SEAT, cuyos clientes optan mayoritariamente por el blanco.

Pero el dominio de esta tonalidad es diferente según la región. En Asia, por ejemplo, este color arrasa. Seis de cada diez coches que se venden en China son blancos. En cambio, en Europa y en Estados Unidos su cuota ronda el 25%, según Axalta.

En el caso de SEAT, en los diez principales mercados de la marca el blanco también se impone, con una excepción: Holanda, donde reinan el gris y el negro. La mayor cuota del blanco en los principales mercados de SEAT se la lleva España, con un 45% de las ventas.

“Es un color limpio, versátil y que en países con mucha luminosidad y calor en verano refleja la luz del sol, como las casas de las islas mediterráneas, que son blancas y ayuda a un mejor bienestar, razona Jordi Font, del departamento de Color&Trim de SEAT.

El negro y el gris, detrás: el negro es el segundo color a nivel mundial, con un 16% de cuota. Pero de nuevo las diferencias por países son muy significativas. En Japón el 22% de los vehículos son de esta tonalidad, mientras que la India es prácticamente inexistente, en parte por la creencia de que el negro concentra más calor. En SEAT, es especialmente popular en Argelia y Holanda. En cambio, en México el negro baja hasta la sexta posición de la lista. Y como curiosidad, se trata de un color prohibido oficialmente en Turkmenistán, por asociarlo a la mala suerte.

En el caso del gris, un 11% de los clientes a nivel mundial lo eligen, empatado con el plata, según Axalta. Este último es especialmente popular en India, con un 30% de cuota. En el otro extremo, solo un 6% de los clientes chinos optan por el color plata. Para SEAT, el gris es la segunda tonalidad más popular en países como Alemania, España, el Reino Unido, Francia, Italia, Austria y Suiza.

“Hay muchos factores que explican las diferencias entre regiones. Desde la climatología a colores que se asocian con buena o mala suerte, pasando por países donde el coche es todavía un símbolo de estatus y por lo tanto los clientes optan por colores más elegantes. Es por eso que diseñamos formulaciones complejas para darle un valor más al cliente para escoger un color perfecto para su forma de ser. No podemos olvidar que el cliente escoge el modelo y el color, siempre por este orden”, razona Jordi Font de SEAT.

Rojo mediterráneo: fuera del podio, las particularidades de cada región son aún más evidentes. Por ejemplo, en Europa y Estados Unidos, el azul ocupa un puesto destacado, con un 10% de cuota, mientras que en China es prácticamente inexistente.

Los países mediterráneos se decantan por tonalidades más vivas. En España el rojo es el tercer

color más popular entre los clientes de SEAT, y en Italia ocupa la cuarta plaza, mientras que en mercados como Suiza cae hasta la sexta posición.

Por segmentos: no sólo influye la geografía. También es básico el tipo de coche. “Un deportivo no tendrá la misma gama cromática que un SUV, que precisa de tonos más vinculados a la tierra y a la naturaleza. Los coches pequeños pueden tener tonos más llamativos y homogéneos, mientras que los vehículos más grandes tienen tendencia a los oscuros metalizados”, según Font. Por ejemplo, el 34% de los SUV de lujo en Europa son negros, mientras que en el caso de los compactos ese porcentaje se reduce a la mitad. En cambio, solo un 3% de los clientes de SUV lujosos optan por el rojo, un porcentaje que en el caso de los compactos se eleva al 10%.

Infinidad de gustos, pero un sentimiento compartido: elegir el color que mejor se adapte a cada conductor. “El diseño es un factor decisivo a la hora de decantarse por un modelo, y aquí los colores y los materiales juegan un papel esencial. No podemos olvidar que escoger el color es un tema realmente muy personal y que expresa como se quiere mostrar cada uno a los demás. E incluso añadiría que el futuro vendrá marcado por personalizar aún más las opciones, como en el caso del Arona, que permite 68 combinaciones de colores”, concluye Jordi Font.

Autor: