

ANFALUM recomienda a los comercios apostar por una iluminación más eficiente para ahorrar hasta un 75%

Ante la aprobación el 7 de junio de la Ley de Dinamización de la Actividad Comercial, por la que todos los comercios madrileños pueden abrir las 24 horas los 365 días del año - La plena libertad de apertura de comercios en festivos aprobada ayer 7 de junio por la Comunidad Autónoma de Madrid, incrementará el gasto energético. Para reducir este impacto medioambiental y económico, Anfalum propone el uso de una iluminación más eficiente basada en nuevas tecnologías como LEDs, lámparas de bajo consumo, det

Madrid, 8 de junio de 2012.- La aprobación ayer 7 de junio del Gobierno regional madrileño de la Ley de Dinamización de la Actividad Comercial, según la cual ya no hay límite de horarios para ningún comercio de la Comunidad, repercutirá en un incremento del gasto energético. Para reducir este impacto medioambiental y económico, la Asociación Española de Fabricantes de Iluminación (Anfalum) propone el uso de una iluminación más eficiente basada en nuevas tecnologías tales como LEDs, lámparas de bajo consumo, detectores de presencia, sistemas en red e iluminación dinámica, con lo que “los comercios podrían ahorrar hasta el 75% de su consumo energético”.

Así lo asegura su presidente, Rafael Barón, quien recuerda que “el 40% de la factura de gastos de una tienda es la iluminación” y aconseja que “las instalaciones de los comercios estén diseñadas por profesionales cualificados para destacar lo mejor de los productos expuestos y que el ahorro energético sea el mayor posible amortizando la inversión inicial y reduciendo los costes de mantenimiento”.

En el caso de que el resto de comunidades autónomas decidan implantar esta misma medida en sus comercios, “sería necesaria una firme apuesta por la iluminación eficiente a todos los niveles”, reclama Barón.

“Con una idónea iluminación, además de ahorrar, podemos incentivar las compras, en esta época de crisis, presentando de forma más atractiva los productos; las posibilidades que ofrecen en este sentido las nuevas tecnologías son muy numerosas y cumplen diversos objetivos; por ejemplo, ayudan a entender el diseño del establecimiento, a localizar las zonas que más interesan, los nuevos productos y aquellos sujetos a campañas publicitarias de temporada a través de una iluminación de acento, como la que se utiliza en la cabecera de las góndolas de los supermercados”, explica.

Un color de luz diferente para cada producto

La iluminación dinámica despierta la curiosidad de los consumidores animándoles a comprar. Su gran flexibilidad permite adaptar la luz a los productos e incluso a las estaciones del año, algo “muy útil en el sector de la moda, ya que los clientes pueden ver la prenda con una luz de gran realismo, muy parecida a la natural diurna”, asegura. Para iluminar las colecciones de moda se utilizan amarillos y verdes frescos en primavera, naranjas y rojos en verano, rojos más profundos en otoño y luz blanca neutra en invierno. Con la iluminación dinámica también se puede combinar la luminosidad a lo largo de la jornada y adaptar la velocidad de cambio al ritmo normal del día (lentamente en las primeras horas y más rápido al aproximarse la hora de cierre para atraer más la atención).

Concretamente, Anfalum recomienda utilizar la luz cálida para los artículos de moda tales como los fabricados en cuero y señala que una reproducción superior de los rojos resalta los colores naturales e intensos de los alimentos frescos, por ejemplo, los rojos y naranjas hacen más atractiva la fruta y la luz blanca cálida con un ligero toque rojo es la que mejor expone a la carne; para el pan y la bollería los colores varían del blanco-amarillo al rojo-marrón, pero para las pastas es mejor una luz más fría; y, en líneas generales, los tonos fríos son ideales para vaqueros, trajes y pescados blancos; la luz blanca nítida da un aspecto más fresco a las verduras; y una luz blanca fría realza el aspecto de la nata montada.

Evitar errores

Para obtener una óptima iluminación y no incurrir en grandes errores, Anfalum aconseja que los probadores de las tiendas de moda presenten una luz favorecedora que no produzca sombras para hacer que el cliente parezca y se sienta atractivo; aplicar una mayor iluminación al escaparate huyendo de fondos oscuros para que no se convierta en un espejo; colocar dos líneas de luces paralelas y perpendiculares al mostrador de la caja para evitar sombras que perjudiquen la visión de los precios de los productos, el ticket de compra o las tarjetas de crédito; no crear “puntos calientes” cuando se iluminan alimentarios como el queso ya que puede perjudicar su sabor, sino utilizar luces con toque amarillo distribuidas uniformemente con haces anchos; y se debe evitar que la iluminación modifique la temperatura a la que tiene que estar el vino para no alterarlo.

Otros consejos

El presidente de Anfalum también aconseja para mejorar la iluminación el uso de tecnología LED en las cámaras frías al ofrecer gran eficiencia en entornos fríos, disponer de encendido instantáneo sin tiempo de calentamiento y tener larga duración; distribuir la luz asimétrica en los pasillos de los supermercados para iluminar los planos verticales proporcionando así una luz excelente para seleccionar productos; potenciar un mayor contraste con haces estrechos para crear intimidad en determinados espacios; crear sombras de gran efecto en la sección de vinos para destacar el ambiente selecto; instalar iluminación vertical sobre las paredes para conseguir un aspecto más espacioso; usar en la zona de acumulación de personas en las cajas de pago determinadas distracciones visuales para mantener entretenidos a los clientes mientras esperan; y presentar la iluminación para estanterías LED integrada para atraer la mirada a artículos más pequeños pero más caros, donde cada detalle del producto se ve con extraordinaria claridad creándose una sensación de halo a su alrededor.

Sobre ANFALUM

ANFALUM es la Asociación Española de Fabricantes de Iluminación y representa a 90 compañías de la industria de la iluminación a nivel nacional, que aglutinan el 0,16% del PIB español con una facturación próxima a 1.700 millones de euros. Entre sus asociados se encuentran las principales empresas de luminarias (interior, exterior y emergencias), fuentes de luz, componentes, regulación y control y soportes y columnas de alumbrado. El ámbito de estas compañías es amplio en cuanto a tamaños (grandes, pequeñas y medianas), tipología (nacionales y multinacionales) y se extiende a todo el territorio nacional, lo que le da un carácter de interlocutor único del sector de la iluminación, delante de la Administración y la sociedad. Asimismo, ANFALUM es el miembro español, tanto de CELMA (Federación de Asociaciones Nacionales de Fabricantes de Luminarias y Componentes Electrotécnicos para Luminarias en la Unión Europea), como del ELC, (European Lamps Companies Federation), con las que mantiene una estrecha colaboración.

Para más información:

Anabel Palacio

91 591 55 00

a.palacio@romanyasociados.es
