

*Técnicas para lograr una buena iluminación de tu tienda*

## LUCES QUE INVITAN A COMPRAR

De cómo esté iluminado tu local y los productos que vendes en su interior dependerá parte del éxito comercial de tu negocio. Los productos, la fachada, los probadores... Un grupo de expertos nos resumen las principales técnicas de iluminación para atraer a los clientes y generar más ventas.

*Eva Rodríguez*

En este artículo encontrará los siguientes apartados:

- Luces que invitan a comprar
- Iluminación general
- La fachada
- El producto
- Las vitrinas
- Probadores

Está reconocido científicamente que la luz percibida por los ojos puede influir sobre la psicología, humor, comportamiento y actitud de las personas. “En el éxito de ventas tiene una gran influencia la acertada presentación de la mercancía mediante una buena iluminación”, sostiene Miguel Tey, presidente de Anfalum (Asociación Española de Fabricantes de Iluminación). Tey añade: “En el proyecto de iluminación, además de las exigencias de calidad luminotécnica, eficiencia energética y facilidad de mantenimiento, entre las prescripciones de calidad deben contemplarse algunos parámetros de gran importancia tales como el tono de la luz de las lámparas, la reproducción de color que proporcionan, el diseño de las luminarias y la armoniosa distribución de la luz y la sombras que destacan las texturas”.

Iluminar las distintas zonas

A continuación te presentamos una serie de recomendaciones de iluminación para las zonas más sensibles de tu tienda, elaboradas por los expertos Javier Urraca, autor de la obra *La Buena Iluminación* y Klaus Pracht, autor de *Tiendas. Planificación y diseño*:

### **Iluminación general**

Al entrar en un comercio, en un primer momento la luz sirve para la orientación del cliente, antes de que atraiga su mirada sobre la oferta de las mercancías. Para lograr una iluminación equilibrada, en la mayoría de los casos se deben iluminar principalmente las superficies verticales y el fondo del local. Un apunte práctico: la iluminación del techo produce la sensación de que la tienda sea más

alta, una iluminación óptima de las paredes proporciona mayor amplitud al local.

## **La fachada**

El objetivo de la iluminación nocturna de la fachada es lograr que los transeúntes se detengan en el local, pues son posibles clientes futuros. Para atraerlos ten en cuenta:

El letrero y el logotipo de la empresa. El logotipo iluminado refuerza la identidad de marca. Para estos casos se aconsejan sistemas de iluminación de fibras ópticas y LEDs (diodos de luz).

Las instalaciones de publicidad. La publicidad luminosa advierte, avisa e informa al cliente desde lejos. Por ejemplo, una cruz intermitente de color verde con diferentes juegos dinámicos indica que es una farmacia, o el trato iluminado de una conocida marca facilita la orientación precisa al cliente. Deben evitarse los reflejos y efectos de luz demasiado fuertes para no molestar al público ni distraer a los conductores.

## **El producto**

Usa el alumbrado direccional o de acento, ya que resalta mejor un artículo expuesto y dirige hacia él la atención del cliente. “La forma de los objetos y la textura en las superficies pueden hacerse más evidentes utilizando la iluminación direccional como suplemento a la general”, recomienda Urraca.

Artículos que brillan. La iluminación de acento logra un segundo efecto: la luz reflejada en las superficies brillantes crea un toque centelleante que refuerza la apariencia tanto del ambiente general como de determinados elementos (joyas, cristalería, vajillas, plata y artículos similares). Y no olvides iluminar las superficies verticales.

¡Cuidado con la distancia! Las lámparas emiten rayos visibles, pero también otras frecuencias (como la infrarroja y la ultravioleta) que puede dañar el producto, factor a tener en cuenta a la hora de escoger las lámparas. Los proyectores y luminarias están identificados con un símbolo que indica la distancia mínima entre el aparato y la superficie iluminada. También se puede corregir mediante filtros.

## **Las vitrinas**

Son el lugar perfecto para exponer mercancía exclusiva: joyas, tejidos nobles... Bien iluminadas, las vitrinas siempre atraen la atención del cliente sobre los artículos expuestos. Toma nota de algunas normas a la hora de iluminarlas:

- Se recomienda que la iluminación sea entre tres y cuatro veces más elevada que en las zonas colindantes. Hay que iluminar las vitrinas desde el interior para evitar, siempre que sea posible, reflejos en el cristal.

- Es importante que los aparatos de alumbrado pasen desapercibidos. Para ello se pueden utilizar diferentes técnicas: ocultar las luminarias o el empleo de dispositivos pequeños, como es el caso de sistemas de fibras ópticas y LEDs.

- La luz brillante con óptima reproducción de color subraya la exclusividad y calidad de la

mercancía expuesta. Las piezas pequeñas o exquisitas se exponen preferentemente en vitrinas. Y, en correspondencia, su iluminación debe ser delicada: lámparas halógenas, LEDs, sistemas de fibras ópticas son la elección correcta.

### **Probadores**

En la cabina del probador se toman decisiones importantes: ¿comprar o no comprar? Una iluminación animada y agradable con una óptima reproducción de los colores es muy importante. Sombras que perjudican la figura son desfavorables, por lo que la luz direccional no es recomendable. A veces es suficiente la iluminación general.

### **Encontrará este artículo en la web:**

[http://www.emprendedores.es/empresa/marketing/iluminacion\\_en\\_tiendas](http://www.emprendedores.es/empresa/marketing/iluminacion_en_tiendas)