

El papel de la iluminación para contar historias e impulsar ventas en *retail*

Ciudad de México, 23 de octubre de 2024.- En los últimos años, la **iluminación** ha dejado de ser únicamente un complemento estético para convertirse en un relevante **vehículo de comunicación**. Dentro del mundo del *retail*, la luz no sólo ilumina los productos en un escaparate; sino que también **crea narrativas poderosas, construye ambientes y evoca emociones**, estableciendo un vínculo significativo entre las marcas y sus clientes. En este sentido, el **diseño de iluminación** se ha convertido en un elemento crucial para fortalecer la identidad de marca y **mejorar la experiencia** del consumidor.

De acuerdo con diversos estudios realizados en espacios comerciales, se ha demostrado que la **iluminación adecuada** puede influir desde en la **comodidad** para apreciar productos hasta en el **comportamiento de compra** de los consumidores.

En un experimento de la [European Marketing Academy](#), se encontró que la vía indirecta de los efectos de la **percepción del brillo de la iluminación** sobre las intenciones de compra a través de una **atmósfera estimulante** fue significativa, con un intervalo de confianza del 95%. Y una investigación más reciente, publicada en [Archives of Design Research](#), confirmó que las personas tienen una **mayor intención de aproximación** hacia cierto producto en condiciones de **iluminación de alto contraste**.

Al respecto, **Juan Carlos Laso, CEO de Grupo Construlita** (experto en iluminación profesional para aplicaciones comerciales), recuerda que generalmente la luz brillante **atrae la atención** de las personas mejor que la luz tenue; sin embargo, **las combinaciones adecuadas** entre una y otra pueden producir un **contraste visual** que resulte en imágenes más fuertes para ganar las miradas y producir atracción hacia una **configuración de iluminación específica**.

*"Una correcta **reproducción cromática** y la evitación del deslumbramiento no sólo mejoran el confort visual de los visitantes a una tienda, sino que también son capaces de **realzar productos clave, guiar recorridos y potenciar la lealtad** del cliente en última instancia. Las marcas modernas entienden que el consumidor busca más que productos: **quiere y compra experiencias**. La luz es un factor esencial en la **creación de ambientes** que respalden esas experiencias";* comenta el especialista.

Y dependiendo del objetivo lumínico que se persiga, aparte de la evidente búsqueda de concretar ventas, actualmente ya hay **soluciones en el mercado** que cumplen con otros factores más allá de resaltar productos específicos, pues también permiten crear **recorridos visuales que cuentan una historia** a través de la luz.

Por ejemplo, las [soluciones con ópticas intercambiables](#) a base de LED ayudan a **generar distintos focos de atención**, guiando a las personas de manera intuitiva a través de un espacio comercial. O para recintos donde la mayor preocupación es el **confort visual**, lo ideal son [luminarios con bajo índice de UGR](#) (deslumbramiento unificado), que facilitan la concentración de los clientes en los productos **sin molestias visuales** al evitar el deslumbramiento.

Y si además tienen una **alta reproducción cromática** (IRC superior a 90), entonces dicha inversión garantizará que **los colores de los productos sean fieles y atractivos**; una característica vital en segmentos como la moda o los cosméticos, donde el tono es decisivo en la decisión de compra.

Automatización y adaptación, el siguiente paso

Sobre los avances más innovadores en la **iluminación profesional** para todo tipo de negocios, Juan Carlos Laso pone en primer lugar los **sistemas de automatización y control**, que han ganado terreno significativamente en el diseño de ambientes comerciales.

En el caso de la compañía que él representa, la propuesta es **Construlita Connect**: una solución que permite a los minoristas **personalizar la atmósfera de sus espacios en tiempo real**, adaptándose a las necesidades del día o a las preferencias del consumidor. *"Desde crear escenas relajantes, hasta aumentar la intensidad de la luz en áreas específicas durante promociones o lanzamientos, la automatización está **cambiando la manera en que las tiendas interactúan con sus clientes**".*

Estos desarrollos de última generación responden a por lo menos **dos retos persistentes** en la industria: la integración de **tecnologías más eficientes energéticamente** y la necesidad de desarrollar soluciones de iluminación que no sólo sean sostenibles, sino que también **se adapten a los cambios en las tendencias** de consumo. En el contexto de que las investigaciones sobre el impacto de la luz en el bienestar humano apuntan, cada vez más, hacia la importancia de diseños lumínicos que **equilibren las necesidades estéticas con los beneficios para la salud**.

*"La iluminación profesional en el retail es mucho más que una cuestión técnica. Se trata de una **herramienta estratégica para contar historias, conectar con el público y crear ambientes que fomenten la lealtad**. A medida que las marcas exploran nuevas maneras de mejorar la experiencia del cliente, la luz sigue siendo uno de los **diferenciadores clave en el diseño de espacios comerciales**. Como demuestran las soluciones más innovadoras en nuestro sector, la tecnología de iluminación está preparada para iluminar el camino hacia **un futuro más brillante, eficiente y orientado a las emociones**";* concluye el CEO de Grupo Construlita.

-o0o-

Sobre Construlita

Construlita es una marca experta en iluminación profesional para aplicaciones comerciales, en oficinas, centros de servicio, industrias, de hospitalidad, arquitectónicas, urbanas y de alumbrado público. Satisface las necesidades de usuarios de la iluminación mediante conocimiento, tecnología y generación de propuestas que agregan valor a los proyectos, creando espacios llenos de experiencias cautivadoras que aumentan los sentidos mediante la luz. *"Convierte tu talento profesional en realidades que trascienden".*