

Una demostración pública de perspicacia

Añadir valor comercial a través de distribuciones inteligentes

Cuando los clientes visitan las instalaciones de un minorista, el entorno refleja la marca. Todo, desde el diseño de la tienda hasta la gama de colores, pasando por la música que se está reproduciendo, se convierte en parte de ese entorno. Lógicamente, los minoristas tienen en cuenta para las reformas la experiencia del cliente en cada decisión que toman. Pero a menudo se pasa por alto un componente clave: la iluminación.

La iluminación es un recurso infravalorado para los minoristas, ya que lo ven como un gasto y algo frustrante cuando no va bien. Dado que la iluminación no suele formar parte de sus prioridades cuando se trata de reformas, o no se considera en absoluto hasta que los sistemas empiezan a fallar, no se está aprovechando todo su potencial. Lo cierto es que la iluminación puede jugar un papel importante tanto en la experiencia del cliente como en el funcionamiento del negocio siempre que los minoristas entiendan su verdadero potencial.

Las oportunidades que los minoristas pueden encontrar en sus soluciones de iluminación son infinitas porque la iluminación es capaz de hacer mucho más que simplemente iluminar una tienda. La iluminación puede crear ambiente, un trayecto para que el cliente recorra dentro de la tienda, resaltar productos clave y mucho más. Además, puede ahorrar energía, dinero y cumplir con la última normativa, iluminando el camino hacia unas prácticas empresariales optimizadas.

En este eBook, discutiremos la importancia de la distribución en el nuevo mundo de la venta al por menor, las lecciones que los minoristas pueden aprender de las aplicaciones de gama alta como los espacios de galerías y museos, por qué necesitamos un enfoque mejor pensado en cuanto a la iluminación inteligente, la evolución del hábito de esperar a que un sistema deje de funcionar para reemplazarlo y, por último, la necesidad y la oportunidad de hacer que las soluciones de iluminación impulsen el negocio.



Presencia física y en línea

Las tiendas con presencia física y en línea son un componente esencial para la experiencia que quiere ofrecer la marca.

pág. 2



Aprendizajes curados

Aprender de aplicaciones de alta gama.

pág. 4



Cuando lo inteligente no es brillante

Rumores aparte, ¿qué tan efectivas son las soluciones inteligentes que se están desplegando?

pág. 8



Hacer que la iluminación impulse el negocio

Abordar nuevas soluciones en beneficio de una estrategia empresarial más amplia.

pág. 10



Encontrar el presupuesto adecuado

Buscar opciones de financiación flexibles para apoyar el capital y los objetivos operativos.

pág. 13

Presencia física y en línea

Ni que decir tiene que la iluminación de acento está mucho más asociada a las aplicaciones de gama alta, por lo que da una impresión más lujosa que la de un ambiente uniformemente brillante. El aumento de las compras en línea significa que la tienda debe trabajar más duro y mejorar su distribución y diseño para atraer a suficientes clientes y alcanzar así sus objetivos de ventas y rentabilidad. La iluminación ayuda a las tiendas a mantener una consistencia entre ellas y a diferenciarse de la competencia; son aspectos importantes en el ámbito minorista.

Reevaluar el papel de las tiendas minoristas

El auge del comercio electrónico no elimina la necesidad de ir físicamente a la tienda. Por el contrario, impulsa la necesidad de crear entornos cada vez más atractivos y diferenciadores para atraer el tipo y el número de clientes adecuados para poder cumplir los objetivos.

Crear consistencia

La iluminación juega un papel importante en cuanto al éxito o el fracaso del ámbito minorista. El ambiente, el estilo y los escaparates deben estar coordinados para crear una experiencia distinta que permita a los minoristas diferenciarse de la competencia, así como fidelizar a los clientes y que estos puedan reconocer fácilmente la marca procurando que las tiendas en distintos puntos geográficos sean consistentes.

A medida que los consumidores optan cada vez más por comprar en línea, crece la importancia de potenciar la experiencia en la tienda para crear una visión única del cliente, para facilitar el viaje del comprador y para crear una experiencia consistente en el mercado. Esto es especialmente importante para las cadenas más grandes, ya que necesitan asegurarse de que se mantenga el mismo aspecto y el mismo ambiente en varias tiendas y en varias regiones. Por lo tanto, es esencial diseñar soluciones de iluminación que se puedan implementar en una variedad de lugares, así como encontrar un proveedor que tenga la capacidad de ofrecer e implementar estas soluciones globales.

Buscar la sostenibilidad

Del mismo modo que con estas consideraciones estéticas, los minoristas deben cumplir objetivos de sostenibilidad cada vez más estrictos. Los incentivos fiscales, como el impuesto sobre el cambio climático o los CEE en Francia, deberían impulsar a los minoristas hacia la eficiencia energética, pero encontrar capital para las reformas puede ser problemático. La iluminación juega un papel importante a la hora de ayudar a las empresas a cumplirlos. Con el aumento de los costes de energía, la iluminación debe hacer mucho más que ayudar con una distribución atractiva. Debe ser eficiente desde el punto de vista energético y contribuir al cumplimiento de objetivos de eficiencia estrictos. Aunque muchas veces la iluminación es un componente que se pasa por alto, esta puede contribuir a mejorar los resultados finales, lo que en definitiva añade valor tanto a la distribución de la tienda como a la estrategia empresarial en general.

Iluminar el camino hacia prácticas empresariales más inteligentes

Si bien la iluminación es claramente un elemento estético importante para marcar la diferencia, también puede hacer mucho más. Hay muchas formas diferentes en las que los minoristas pueden hacer frente a los negocios y los retos con soluciones de iluminación, y para ello es esencial partir de un enfoque práctico y estudiado. Aunque las soluciones inteligentes están cada vez más de moda, estas se deben abordar de forma inteligente. En teoría, pueden aumentar el control, generar información útil para el cliente y ayudar a las empresas a ahorrar energía y dinero, pero su implementación debe basarse en las necesidades de la empresa. Además, hay una gran cantidad de aplicaciones inteligentes disponibles; hablaremos más adelante en este eBook sobre el motivo por el que los minoristas deben estudiar detenidamente la forma en que las implementan.

La infografía destaca las grandes cifras para mostrar hasta qué punto los minoristas pueden optimizar el rendimiento empresarial con un uso más inteligente de la iluminación.

Ilumine su camino hacia un mayor ahorro de costes

Cuando se trata de iluminación, los números hablan por sí solos. Los minoristas pueden, literalmente, iluminar su camino hacia una mayor eficiencia y un mayor ahorro de costes



Aprendizajes curados

Para hacer rendir más la iluminación para los minoristas, la forma en que se coloca es un elemento crítico. Una disposición inteligente y muy bien pensada realza el valor de los productos y aumenta las ventas. En ninguna otra parte es más importante ofrecer una exposición de primera clase que en los museos y galerías. Hay mucho que los minoristas pueden aprender de estas aplicaciones de gama alta a los que se puede recurrir en la tienda. La iluminación se utiliza en museos y galerías para guiar las emociones, comunicar el drama y mejorar las exposiciones.

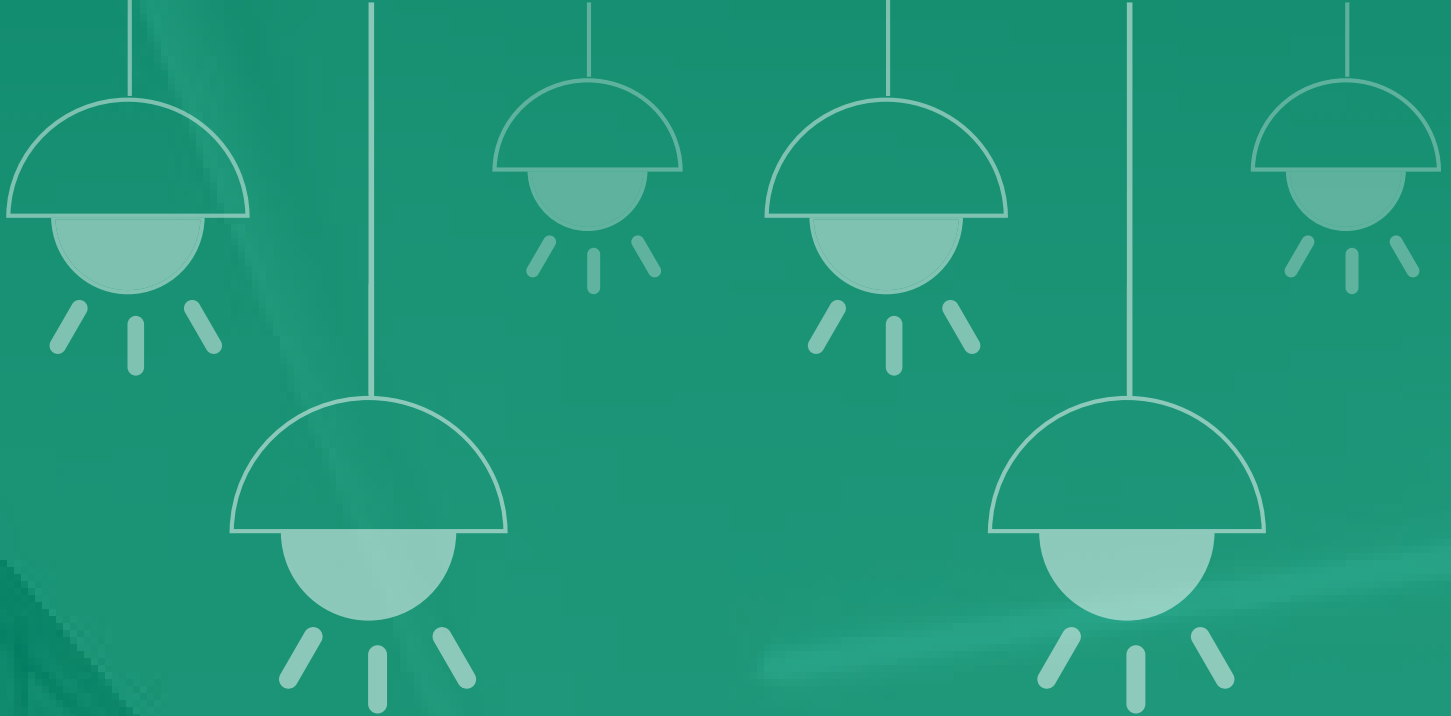
Los mismos principios pueden y deben aplicarse en el comercio minorista.

Cuando se diseña un sistema de iluminación para que sea eficaz en un museo o una galería, se debe crear el entorno perfecto para la exposición de los objetos a fin de proteger los objetos expuestos y proporcionar una experiencia visualmente cómoda para los visitantes.

La iluminación desempeña un papel clave, tanto para crear anticipación como a la hora de poder transmitir el drama o invitar a la reflexión dentro del espacio expositivo.

En las tiendas minoristas también debe tenerse en cuenta la sensibilidad hacia el propio edificio, donde el entorno construido puede y debe utilizarse para crear impacto, y los sistemas de iluminación deben diseñarse para complementar y mejorar la arquitectura ya existente.





Aplicar las tecnologías correctas

Iluminación ambiental: cuanto más brillante, ¿mejor? Bueno, no exactamente. Un estudio llevado a cabo por el Instituto Real de Tecnología de Estocolmo reveló que la iluminación brillante y uniforme no es efectiva para llamar la atención. El contraste, en cambio, es la clave. Al mantener sutil la iluminación ambiental y guiar la mirada con acentos y estilos, los minoristas pueden controlar mucho mejor la experiencia del cliente. Ni que decir tiene que la iluminación de acento está mucho más asociada a las aplicaciones de gama alta, por lo que da una impresión más lujosa que la de un ambiente uniformemente brillante

Iluminación de acento: deje que los focos hablen. Todas las tiendas tienen diferentes necesidades, diferentes aspectos y sentimientos que esperan alcanzar con su distribución de las luces, diferentes mensajes que quieren comunicar a través de ellas. Dependiendo del producto que se quiera exhibir, la iluminación de acento es particularmente importante para que un producto destaque y llame la atención del cliente. Además de destacar productos específicos, con el uso de la iluminación de acento de forma efectiva también se mejora el ambiente en la tienda, los clientes se sienten más relajados y aumenta el tiempo que pasan en la tienda, y esto tiene un efecto positivo en las ventas.

Escaparates: antes de poder aumentar el tiempo que pasan los clientes en la tienda, primero se debe atraer a los clientes. Los escaparates eficaces pueden incitar a entrar a los compradores y transeúntes en cuestión de segundos mostrando productos y temas, creando el ambiente adecuado o simplemente despertando su curiosidad. En términos de tecnología, la creatividad es la clave. Existe una amplia variedad de lámparas que pueden resultar eficaces, ya sea iluminando los maniqués o con luces LED que cambien de color constantemente. Combinando diferentes soluciones de iluminación, los escaparates pueden transformarse de la noche a la mañana para reflejar los cambios de moda, las

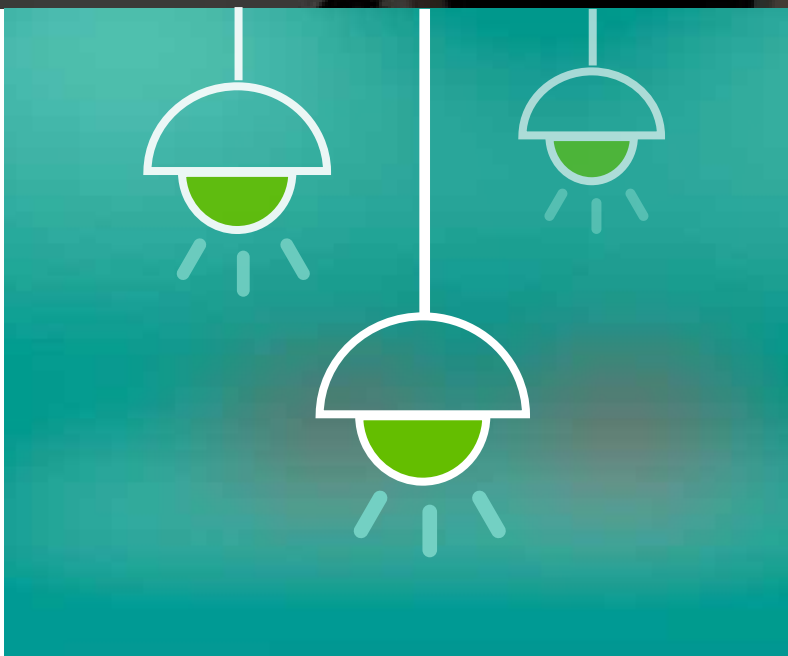
temporadas o las promociones. Hoy en día, cada vez más tiendas permanecen abiertas durante más tiempo; muchas dejan encendidas las luces de los escaparates durante toda la noche. Con el aumento de los costes de energía, ahora es más importante que nunca lograr el equilibrio adecuado entre estética y rentabilidad. Por supuesto, la necesidad de tener escaparates más brillantes y un menor consumo de energía apunta directamente al LED como la solución óptima.

El techo feo: las lámparas y los accesorios en sí pueden ser algo antiestéticos, con lo que es preferible que estén ocultos. La tienda debe tener esto en cuenta para su diseño de iluminación. Los diseñadores no solo deben buscar soluciones en las que las lámparas y los accesorios estén diseñados para ser estéticamente atractivos o, al menos, fáciles de camuflar, sino que también deben tratar de apartar la vista de lo que está ocurriendo «entre bastidores». La iluminación vertical de la superficie y la iluminación con focos pueden ayudar a conseguirlo, ya que consiguen que la mirada se dirija a otra parte.

Temperatura y rendimiento de color: la temperatura y el rendimiento del color son especialmente importantes para proteger la belleza y el color de los tejidos en las tiendas minoristas. Una prenda bonita iluminada por una bombilla halógena caliente puede perder rápidamente su encanto. En el sector de la moda, la mayoría de las decisiones de compra de un producto en la tienda se basan en cómo se siente el consumidor en los probadores. La iluminación también juega un papel importante en este sentido. La posición de la luz, la temperatura del color y la reproducción del color contribuyen a la decisión final de compra del consumidor. La luz blanca crea espacio, mientras que los colores más cálidos crean intimidad: el color debe utilizarse de la mejor manera posible en diferentes zonas, dependiendo de las acciones y del estado de ánimo del cliente que se deseen.

Iluminación del Museo del Diseño

El edificio del Museo del Diseño es una maravilla de construcción moderna con un impresionante espacio interior diseñado por John Pawson e iluminado a través de un plan de iluminación multifacético que emplea luminarias Concord de Sylvania.

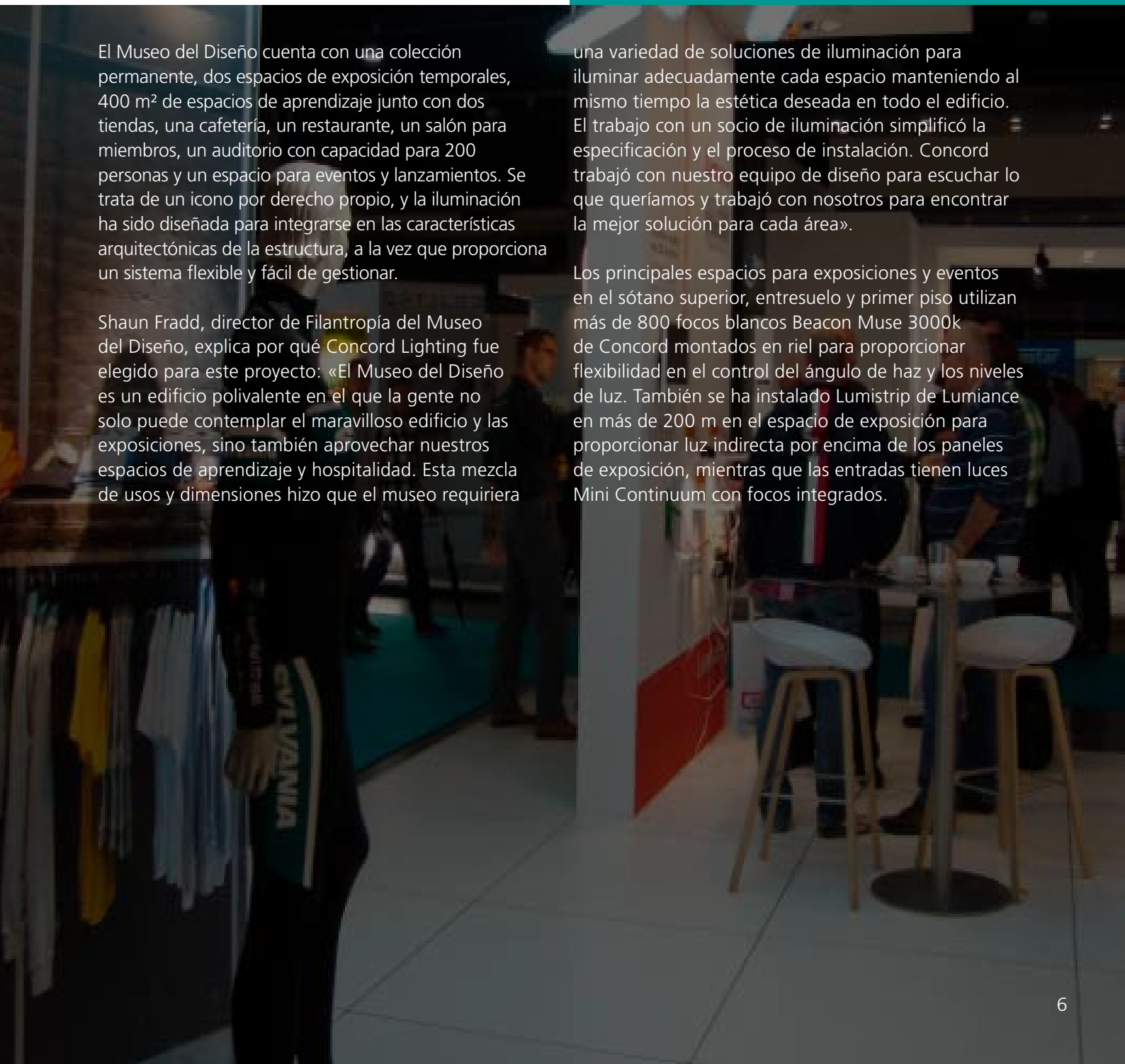


El Museo del Diseño cuenta con una colección permanente, dos espacios de exposición temporales, 400 m² de espacios de aprendizaje junto con dos tiendas, una cafetería, un restaurante, un salón para miembros, un auditorio con capacidad para 200 personas y un espacio para eventos y lanzamientos. Se trata de un icono por derecho propio, y la iluminación ha sido diseñada para integrarse en las características arquitectónicas de la estructura, a la vez que proporciona un sistema flexible y fácil de gestionar.

Shaun Fradd, director de Filantropía del Museo del Diseño, explica por qué Concord Lighting fue elegido para este proyecto: «El Museo del Diseño es un edificio polivalente en el que la gente no solo puede contemplar el maravilloso edificio y las exposiciones, sino también aprovechar nuestros espacios de aprendizaje y hospitalidad. Esta mezcla de usos y dimensiones hizo que el museo requiriera

una variedad de soluciones de iluminación para iluminar adecuadamente cada espacio manteniendo al mismo tiempo la estética deseada en todo el edificio. El trabajo con un socio de iluminación simplificó la especificación y el proceso de instalación. Concord trabajó con nuestro equipo de diseño para escuchar lo que queríamos y trabajó con nosotros para encontrar la mejor solución para cada área.»

Los principales espacios para exposiciones y eventos en el sótano superior, entresuelo y primer piso utilizan más de 800 focos blancos Beacon Muse 3000k de Concord montados en riel para proporcionar flexibilidad en el control del ángulo de haz y los niveles de luz. También se ha instalado Lumistrip de Lumiance en más de 200 m en el espacio de exposición para proporcionar luz indirecta por encima de los paneles de exposición, mientras que las entradas tienen luces Mini Continuum con focos integrados.



Aprender del Museo del Diseño

- **La iluminación debe diseñarse de manera que se integre y complemente con la arquitectura existente.**
- Si bien la diferenciación entre áreas es importante —la iluminación debe apoyar las actividades que se llevan a cabo en un área específica—, la uniformidad y una experiencia del cliente perfecta en todo el entorno son fundamentales.
- Se deben diseñar sistemas flexibles que permitan actualizar el aspecto y la sensación de un espacio a través de la reorientación y el cambio de color, en lugar de actualizar o reacondicionar los sistemas.

Ahorro de energía en el Riverside Transport Museum

El primer edificio público de Zaha Hadid inaugurado en Reino Unido, el Riverside Transport Museum de Glasgow se enorgullece de ser el buque insignia de la regeneración del vecindario a orillas del río Clyde. Con su forma única y su presencia dominante, no es de extrañar que el diseño de iluminación fuera igual de exigente.

DHA Design se encargó de iluminar las exposiciones del museo. Su objetivo consistía en diseñar un sistema de exhibición predominantemente montado en el suelo que proporcionara luces y contrastes adecuados a las exhibiciones y colecciones.

DHA utilizó un foco versátil para resaltar selectivamente las exposiciones, iluminando coches, bicicletas, modelos en miniatura, piezas de automóviles y otras obras. Los niveles de conservación eran válidos para todas las exposiciones, por lo que era esencial proteger las obras de los daños causados por la exposición a la luz. La baja radiación ultravioleta de la fuente de luz LED y un potenciómetro ajustable integrado en el Beacon Muse han facilitado su manipulación en todas las situaciones.

Aprender del Riverside Transport Museum

- **La iluminación con focos es esencial para atraer la atención y mantener el enfoque del cliente allí donde se desee.**
- Los focos pueden hacer más que iluminar piezas específicas
- Para obras de mucho valor, se deben usar luces LED para protegerlas contra la exposición a la luz.

Cuando lo inteligente no es brillante

A pesar de la gran expectación de la tecnología inteligente en el comercio minorista —es decir, la inteligencia artificial, la realidad aumentada y la realidad virtual—, lo cierto es que no ha logrado mantener el ritmo hasta ahora. Esto es cierto tanto en el caso de la iluminación inteligente como en el de otras aplicaciones inteligentes más amplias. ¿Cuántas tiendas ha visto con escaparates con la función de encendido automático en las calles principales? ¿Cuántos administradores inmobiliarios conoce usted que controlen a distancia las necesidades de mantenimiento?

... ya sea inteligencia artificial, realidad aumentada o realidad virtual, lo cierto es que no se ha logrado mantener el ritmo hasta ahora



Si bien existe un enorme potencial para las tecnologías inteligentes en el comercio minorista, y aunque es tangible el impacto impresionante que estas están a punto de tener en factores como la afluencia de clientes o el tiempo en que permanecen en la tienda, pensemos por un momento: ¿se está usando realmente de forma eficaz la tecnología inteligente en el comercio minorista?

Muchos minoristas han tenido éxito con las ventas en internet y en los móviles, pero aún queda mucho por hacer para integrar lo digital en la tienda física. Ahora que las tiendas en línea están de moda, las tiendas con presencia física están luchando para seguir el ritmo.

Ahora que las tiendas en línea están de moda, las tiendas con presencia física están luchando para seguir el ritmo



La iluminación es la columna vertebral de las tecnologías inteligentes. Todas las tiendas cuentan con un sistema de iluminación enchufado a una fuente de alimentación, así que obviamente es el lugar donde empezar a conectar las nuevas tecnologías de la tienda para que estas, a su vez, conecten a los clientes. Además, hay muchas tácticas de última generación

que los minoristas pueden emplear para dar los pasos necesarios e instalar tecnologías inteligentes. Pero hacerlo sin tener en mente los factores que impulsan el negocio rara vez es una idea que funcione. En cambio, el primer paso para lograr un impacto más efectivo debería ser recurrir a tecnologías de eficacia demostrada y mejorar su uso.

Empezar desde el principio

La verdad es que todavía no hemos llegado hasta tal punto en que las luces LED estén en todas partes. En la segunda mitad de 2017, Lux Review se trasladó al destino comercial más famoso del Reino Unido, Oxford Street, para evaluar el estado de la iluminación de las tiendas. Es lógico pensar que, en una calle tan emblemática, hubiera una gran presencia de tecnología punta en los escaparates. Este no fue el caso. Aproximadamente dos tercios de los minoristas en esta encuesta casual ni siquiera han implementado accesorios LED todavía. Aquellos que sí lo hicieron no parecían estar preparados para la futura tecnología inteligente.

Buscar un proveedor con tecnología inteligente

Hay una oferta descomunal en el mercado. Los diseñadores de tiendas y los especialistas en marketing visual deben hacer frente a más marcas, más productos y más tipos de valor añadido que nunca. El reto es a menudo cómo hacer una elección: ¿cómo comparar, elegir, convencerse, encontrar una diferenciación clara y comparar sobre el precio?

Ningún proveedor puede «hacerlo todo» cuando se trata de proporcionar soluciones inteligentes óptimas que realmente favorezcan e impulsen el negocio. Primero se debe empezar con el problema que se está tratando de superar o el objetivo que se está tratando de lograr.

A partir de ahí, la colaboración es fundamental para reunir las mejores tecnologías y la experiencia pertinente para superar los desafíos o factores específicos de cada minorista.

Es fundamental recurrir al concepto de «colaboración» en un mundo cada vez más digital. Teniendo en cuenta el número de elementos que se deben superar para tener éxito, a menudo reunir el mejor conocimiento disponible y las mejores tecnologías de diferentes proveedores es la ruta más efectiva hacia una buena solución realmente personalizada y

aplicable. El conocido futurista Gerd Leonhard habla de esta necesidad de «hipercolaboración» y la define como «un requisito clave esencial para la creación de todos los nuevos ecosistemas». Será una de las herramientas clave en nuestro camino hacia un mundo con más tecnología inteligente.

Validación del concepto

Una vez elaborada la teoría —las tecnologías han sido identificadas e integradas—, la solución debe someterse a una prueba. Esto debería ocurrir a pequeña escala en una tienda de simulación para probar su idoneidad y eficacia antes de si quiera pensar en desplegar en masa la solución inteligente. Los minoristas deben buscar proveedores que estén dispuestos a trabajar con ellos para definir la solución correcta, en lugar de limitarse a proporcionar una lista predefinida de productos inteligentes.

Hundirse en los datos

También debe tenerse en cuenta lo que realmente sucederá con los datos recopilados mediante la implementación de las tecnologías inteligentes. Es necesario disponer de recursos adecuados para gestionar, analizar y extraer conclusiones de lo que puede convertirse rápidamente en un enorme conjunto de datos.

Esto requerirá nuevas habilidades que muchos minoristas no tienen en la actualidad, y ha sido citado como una de las principales razones por las que los minoristas dudan en recurrir a las tecnologías inteligentes. Es importante conocer el fin último: conocer los factores que impulsan el negocio para instalar soluciones inteligentes es un paso clave para determinar qué datos necesitará recopilar y cómo deberá gestionarlos.

Hacer que la iluminación impulse el negocio

Hemos llegado a la conclusión de que la iluminación puede añadir un valor real al negocio. Una disminución del 10 % en los gastos de energía tiene el potencial de aumentar los márgenes de beneficios netos hasta en un 16 % en ciertos entornos minoristas.

Una disminución del 10 % en los gastos de energía tiene el potencial de aumentar los márgenes de beneficios netos hasta en un 16 % en entornos minoristas.

En consecuencia, debe tenerse en cuenta el sistema de iluminación en una fase temprana del proceso de remodelación. Un enfoque más holístico de la iluminación, viéndola como algo que contribuye en lugar de algo que gasta, puede ayudar a las empresas a ahorrar dinero en un mayor número de tiendas y obtener más provecho a la hora de actualizar su sistema de iluminación.

También se debe considerar la posibilidad de reutilizar las soluciones existentes, en lugar de eliminarlas, especialmente teniendo en cuenta las últimas tendencias de reacondicionamiento en el entorno minorista. Es fundamental aplicar una economía circular, y los minoristas deberían ser cada vez más conscientes de los incentivos fiscales que este enfoque podría aportar.

Hoja de ruta para un reacondicionamiento más eficiente

PASO 1: defina el factor más importante que impulse el negocio

Las necesidades del negocio en general deben impulsar y determinar las soluciones. Por ejemplo, si existe la necesidad de crear uniformidad entre las tiendas, debería buscar un proveedor con un alcance global que pueda proporcionar uniformidad global. Si desea alcanzar los objetivos de sostenibilidad, el LED es una opción obvia, además de soluciones como los detectores de movimiento para garantizar que la luz nunca se desperdicie, especialmente en las partes traseras de las tiendas.

PASO 2: lleve a cabo una auditoría energética

Es fundamental entender primero dónde se encuentran las deficiencias antes de decidir si llevar a cabo una reforma o un reacondicionamiento. Muchos minoristas no saben ni el tipo ni el número de lámparas que tienen en la tienda, imagínese la magnitud de este problema en toda una finca. Trabaje con un proveedor que pueda llevar a cabo una auditoría energética completa de su entorno para garantizar las mejores soluciones disponibles que se adapten a las necesidades del negocio.

Al llevar a cabo una evaluación en el sitio, es posible establecer clara y correctamente las ganancias de eficiencia que se podrían obtener a través de cualquier inversión, la infraestructura necesaria para permitir que esto suceda y la solución financiera apropiada para maximizar el rendimiento de los ahorros.

PASO 3: comprenda el valor de la retroadaptación

¿Qué pasa si no puede permitirse una reforma completa? Las medidas de retroadaptación ofrecen la posibilidad rentable y de bajo riesgo de mejorar la eficiencia para minoristas que se limiten a realizar mejoras graduales en sus locales.

Las medidas estándar de retroadaptación incluyen equipos, sistemas e instalaciones retroadaptados. La retroadaptación, en principio, solo debería tener un impacto limitado en la estructura física de un edificio, por lo que a menudo se considera una solución preferida por su capacidad de ofrecer resultados rápidos.

Teniendo en cuenta las últimas tendencias de reacondicionamiento en el comercio minorista, busque proveedores que puedan ofrecer soluciones que sean fáciles de actualizar, de modo que no tenga que empezar siempre desde cero para nuevas temporadas.

PASO 4: elija un proveedor con el que trabajar a largo plazo

Busque un proveedor que ofrezca soluciones duraderas, que puedan evolucionar con el tiempo y que trabaje con usted para definir y suministrar una solución que satisfaga específicamente las necesidades de su negocio ahora y en el futuro. Procure que el proveedor tenga experiencia y sea de fiar para asegurarse de que la solución que elija le funcionará a largo plazo.

PASO 5: actúe con inteligencia con la tecnología inteligente

No empiece a diseñar el sistema de iluminación sin tener en mente lo que impulsa el negocio. Las primeras medidas efectivas a la hora de utilizar la tecnología inteligente son utilizar detectores de movimiento en áreas donde no hay clientes, determinar la afluencia de clientes para priorizar los recursos e implementar un sistema de iluminación con calibración móvil por cuestiones de salud y seguridad.

PASO 6: tenga en mente el alumbrado de emergencia

Tanto si se trata de una reforma completa como de una simple actualización de ciertos elementos, es fundamental estar al día con las últimas normas en materia de alumbrado de emergencia.

El alumbrado de emergencia se activa cuando falla la iluminación normal debido a un corte de energía. De esta forma se garantiza que las personas puedan abandonar el edificio de forma segura siguiendo vías de evacuación con suficiente visibilidad, que la ubicación de los equipos de emergencia sea fácil de identificar, que los servicios de emergencia dispongan de una iluminación adecuada para llevar a cabo las tareas, y que las operaciones críticas relativas a la seguridad puedan continuar o detenerse de forma adecuada.

Encontrar el presupuesto adecuado

Adoptar un enfoque más innovador para la financiación

Si bien es cierto que una iluminación más eficiente y los sistemas de alumbrado de emergencia pueden tener un efecto positivo en la reducción de los costes operativos, cabe recordar que existen consideraciones económicas en cuanto a la financiación de esta inversión y a la velocidad en que se genera el rendimiento de cualquier inversión de capital.

Busque un proveedor que tenga la flexibilidad de adoptar un enfoque más innovador en materia de financiación para satisfacer sus necesidades presupuestarias. Uno de los modelos que se está utilizando cada vez más en muchos aspectos de las operaciones de una empresa se basa en transformar la inversión de un gasto de capital (CAPEX) en uno operativo (OPEX). Esto elimina la necesidad de capital inicial, pero permite a las organizaciones reducir los costes energéticos, mejorar la eficiencia operativa y cumplir las medidas de sostenibilidad, al tiempo que se protege el capital circulante. Se estima que el 50 % de la iluminación es altamente ineficiente, por lo que existe una clara oportunidad y una necesidad financiera para que las empresas de hoy en día reduzcan la cantidad de energía que consumen sus instalaciones mediante la revisión de su sistema de iluminación y alumbrado de emergencia.

La industria de la iluminación ha tenido en cuenta las preocupaciones de las empresas y ha desarrollado soluciones flexibles para financiar nuevas soluciones de iluminación que distribuyen el coste de una manera manejable, distribuyen los ahorros equitativamente y, en algunos casos, ofrecen un acuerdo de servicio a largo plazo.

Amortización fácil

Un simple contrato de compraventa a plazos es una buena forma de distribuir el pago de una actualización de iluminación sin necesidad de desembolsar capital. Los pagos mensuales gestionables son predecibles sin gastos de capital ni costes iniciales, lo que permite a las empresas utilizar su capital de trabajo en otros lugares al tiempo que mejoran la eficiencia de su consumo de energía. Las empresas que utilizan este tipo de sistemas aprecian inmediatamente los beneficios de la reducción del consumo de energía y del ahorro de eficiencia, como la reducción del mantenimiento y de la tasa de averías de las luminarias.

Ahorro compartido

Una solución de ahorro compartido es una opción financiera más profunda que garantiza el ahorro y comparte los beneficios entre la empresa de iluminación y el cliente. Basado en OPEX, este sistema tiende a ser adecuado para proyectos de más de 100 000 libras esterlinas y es una asociación en la que cualquier ahorro que se realice a través de la mejora de la iluminación se comparte al 50 % entre el contratista de iluminación y el cliente. Esto ofrece un perfil de riesgo más bajo al incentivar eficazmente a la empresa de iluminación para que obtenga ganancias de eficiencia a través de la mejora de los sistemas de iluminación y de alumbrado de emergencia. Si se elige la opción de ahorro compartido, se debe tener la garantía de que si el proyecto resulta en una pérdida, la empresa de iluminación pagará la diferencia.

Busque un proveedor que tenga la flexibilidad de adoptar un enfoque más innovador para la financiación



«Luz como servicio»

Un enfoque más innovador y a largo plazo para las organizaciones más grandes es la mejora de la infraestructura de iluminación mediante un acuerdo de nivel de servicio, una opción que se está haciendo cada vez más popular a medida que crece la tendencia hacia la externalización. Apropiado para proyectos de más de medio millón de libras, un acuerdo de servicio tiene la ventaja de ofrecer costes operativos conocidos durante la vigencia del contrato especificado. Con la luz como servicio, se externaliza de forma efectiva el suministro, la instalación, la gestión y la puesta en marcha de la infraestructura de iluminación y de alumbrado de

emergencia por una cuota fija mensual. Esta cuota suele ser inferior a la factura actual de iluminación de una organización y tiene las ventajas añadidas de contar con actualizaciones continuas durante la vigencia del contrato, así como con la ausencia de costes de mantenimiento ad hoc. Los contratos pueden ser de hasta veinte años y, dependiendo del tamaño de la empresa y de la duración del contrato, existe la posibilidad de obtener un ahorro energético significativo, superior al 50 %, tanto durante el período financiero como después.



Aunque se han realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la precisión de los detalles técnicos de esta publicación, las especificaciones y los datos de rendimiento están en constante cambio. Por lo tanto, los detalles actuales deberían consultarse con Feilo Sylvania Europe Limited.

Derechos de autor de Feilo Sylvania Europe Limited, mayo de 2018

Sylvania-lighting.com

Una compañía de Feilo Sylvania