

diseñando
Interiorismo y decoración

LÁMPARAS DE DISEÑO

CREANDO AMBIENTES QUE EMOCIONAN



[Reportaje]

LÁMPARAS DE DISEÑO

CREANDO AMBIENTES QUE EMOCIONAN



Foto: Faro Barcelona



Afortunadamente, en el panorama del interiorismo y la decoración, la importancia que se le ha dado a la iluminación ha cambiado de unos años a esta parte, pasando de ser un elemento poco considerado -o acaso desapercibido- a convertirse en un factor imprescindible, esencial en cualquier proyecto arquitectónico o de interiorismo que se precie, y en el que la lámpara, como elemento singular y esencialmente decorativo, adquiere un protagonismo de primer orden que va más allá de su relevancia estética.

En este reportaje, y gracias a la colaboración de un elenco de destacados profesionales de muchas de las más importantes compañías del sector -Marta Masdeu (ESTILUZ), Joana Bover (BOVER), Iván Meana (FARO BARCELONA), Alicia Matallín (ARKOSLIGHT), Oriol Sala (LedsC4), Juan Ramón Santos (NORMAGRUP), Ada Soret (AROMAS DEL CAMPO), Raquel Quevedo (LAMP), Noel Sánchez López (ALVERLAMP), José María Pujol (PUJOL ILUMINACIÓN), Raquel Soto (ALG), Sara Soria (MARINER), Juan Martín (ALMAR LÁMPARAS) y Daniel Berenguer (DAJOR)- conocemos interesantes aspectos de este mercado, emergente y con un futuro prometedor, que resulta clave en la proyección de espacios para interioristas y arquitectos.



Foto: Aromas del Campo

Hoy en día, diseñadores, interioristas y arquitectos, escogen con delicadeza -muchas veces con el apoyo de la figura del Lighting Designer, como especialista en proyectos lumínicos- la iluminación adecuada para cada espacio, considerando no solo el aspecto decorativo, o la estética que aporta una lámpara en sí, sino también analizando cómo puede afectar ésta a los usuarios que van a habitar una vivienda, alojarse en un hotel, acudir a trabajar a una oficina o a visitar una tienda en un establecimiento comercial; porque, sobre todo, son conscientes de la capacidad que tiene la luz de crear ambientes que emocionen.

Los fabricantes de iluminación, conocedores de esa inquietud y cada vez más sensibilizados con la economía circular, ponen a trabajar a sus departamentos técnicos para crear lámparas de calidad, con materiales y formas originales -muchas veces diseñadas por encargo-, sabiendo que sus productos son capaces de transmitir sensaciones que contribuyen a la percepción de los espacios y a la calidad de vida.

Paralelamente, la innovación y los avances tecnológicos permiten un desarrollo mayor de la eficiencia y control de las luminarias que ahora, capaces de ajustarse a la atmósfera habitable con una temperatura de color e intensidad lumínica adecuada al proyecto, permiten a arquitectos e interioristas embellecer espacios, contribuyendo a que éstos sean más confortables y atractivos. A su vez, la prescripción de estas lámparas en sus proyectos, aporta credibilidad y confianza a

los clientes potenciales, convirtiéndose -arquitectos e interioristas- en embajadores naturales de la marca, que cada vez recurren más a ellos para mejorar su imagen.

Hemos querido conocer, desde la revista “DISEÑANDO, Interiorismo y Decoración”, qué inquietudes tienen los principales fabricantes frente a la coyuntura actual. Así, además de conversar con muchos de ellos, les hemos hecho llegar un cuestionario para recoger sus valoraciones, y saber de primera mano y por quienes entienden más de “Lámparas de Diseño”, al ser sus creadores, qué se viene haciendo y cuál es la tendencia en cuanto a innovación, sostenibilidad, eficiencia energética, materiales y acabados, entre otros aspectos estéticos relativos al interiorismo y a los proyectos en los que intervienen.

Hacia un pilar fundamental en el Interiorismo y la Arquitectura

La iluminación ha pasado a convertirse, más allá de su aspecto funcional y puramente operativo, en un pilar fundamental para diseñadores e interioristas. En cualquier trabajo que se acomete de obra nueva, rehabilitación o reforma, la iluminación ya es considerada, hoy por hoy, como un elemento clave a la hora de proyectar espacios; pero, **¿podría decirnos cómo ha ido cobrando relevancia en los últimos años y cómo se ha venido adaptando el fabricante de lámparas a esta evolución?**

“En los últimos años -nos comenta desde ESTILUZ su Directora de Estrategia Empresarial, Marta Masdeu-, la iluminación ha pasado de ser un elemento funcional a un protagonista en el interiorismo. Las lámparas no solo iluminan, sino que también decoran, aportan identidad y generan ambientes. Esto ha llevado a los fabricantes a diseñar piezas con mayor presencia estética, volúmenes esculturales y materiales innovadores”.

Joana Bover, Fundadora de BOVER, destaca la labor técnica añadiendo que “con la llegada del LED y las nuevas tecnologías, los fabricantes de iluminación hemos tenido que adaptar nuestras oficinas técnicas. Son indispensables los ingenieros y los técnicos especializados en electrónica, sin ellos, es muy difícil obtener un buen resultado en el desarrollo de las formas y la eficiencia energética. Un ejemplo de la evolución de la iluminación es la figura del Lighting Designer, actualmente detrás de un buen arquitecto o interiorista, existe la figura de un profesional especializado en realizar proyectos lumínicos que aportará valor a las formas, realzará las texturas o los colores, y contribuirá a ensalzar el bienestar del lugar”.

“La iluminación ha evolucionado -interviene Iván Meana, Director de Proyectos de FARO BARCELONA- dejando de ser un simple elemento funcional para convertirse en un recurso clave en la arquitectura y el diseño de interiores, que influye directamente en la percepción de los espacios y en el bienestar de las personas que los habitan. En los últimos años, la demanda de soluciones lumínicas ha avanzado hacia propuestas más versátiles, personalizadas, sostenibles y capaces de generar una conexión emocional con el usuario.

Los avances en tecnología y la innovación -prosigue Iván Meana- han permitido desarrollar luminarias más eficientes y con mayor control sobre la temperatura de color y la intensidad lumínica,

<<un ejemplo de la evolución en el sector es la aparición de la figura del Lighting Designer >>

un factor que ha permitido a arquitectos e interioristas contar con herramientas más precisas para ajustar la atmósfera de un espacio. La integración de sistemas de iluminación inteligentes también abre nuevas posibilidades para la personalización y el confort, permitiendo ajustar la luz según las necesidades de los usuarios en cada momento”.

Por su parte, Alicia Matallín, Directora de Marketing y Comunicación de ARKOSLIGHT, añade: “Desde ARKOSLIGHT hemos trabajado en la transformación de la luz en un elemento que se encuentra en constante diálogo con la arquitectura y las personas que habitan los espacios. El diseño de cada luminaria, unido a las posibilidades que tienen estas de adaptación a diferentes momentos y contextos, se ha convertido en un valor único y en un verdadero modo de entender la iluminación contemporánea”.

“La luz, efectivamente, es un elemento clave a la hora de proyectar espacios porque tiene el poder de transformar la percepción de los mismos generando emociones y atmósferas concretas -afirma Oriol Sala, Director de Marketing de LedsC4-. La luz de calidad mejora los espacios que ilumina gracias a un diseño y una tecnología que cuida aspectos como el confort visual y la salud de las personas, contribuyendo a su bienestar en diferentes entornos. Nuestros equipos trabajan para que cada vez más personas puedan disfrutar los beneficios de la luz de calidad para vivir mejor, no sólo ofreciendo soluciones eficientes, con una calidad óptica que garantiza la calidad de luz, sino también gracias un servicio completo de acompañamiento durante todas las fases de un proyecto de iluminación”.

Una opinión a la que se suma Juan Ramón Santos, Director de Marketing de NORMAGRUP; “La iluminación ha pasado de ser un aspecto meramente funcional para convertirse en un pilar fundamental del diseño de interiores. Hoy, se utiliza para transformar espacios, destacar elementos arquitectónicos, realzar texturas y, sobre todo, para crear atmósferas que reflejen el propósito y la personalidad de cada entorno. Este cambio responde a una mayor comprensión de cómo la luz puede influir en el bienestar y las emociones de las personas... Por eso, entendemos que la luz no solo debe embellecer los espacios, sino también mejorar la calidad de vida de quienes los habitan. Por ello, hemos incorporado el concepto de “iluminación saludable” en nuestras propuestas, a través de tecnologías... diseñadas para ofrecer una luz que respete los ciclos naturales del ser humano, mejorando el bienestar sin comprometer el diseño ni la funcionalidad...”.

Desde AROMAS DEL CAMPO, Ada Soret, su General Manager Export, nos comenta: “En los últimos años, la iluminación ha trascendido su función meramente práctica, para convertirse en un componente esencial del diseño de interiores. Los diseñadores y arquitectos reconocen que una iluminación adecuada puede transformar ambientes, realzar elementos decorativos y crear atmósferas únicas. En AROMAS DEL CAMPO, hemos abrazado esta evolución incorporando diseños innovadores

que fusionan estética y funcionalidad. Nuestra inspiración proviene de diversos estilos y culturas, lo que nos permite experimentar con nuevos materiales y acabados, creando colecciones de lámparas con una visión global”.

“La iluminación ha pasado de ser un elemento puramente funcional dentro de los proyectos de arquitectura e interiorismo -interviene por su parte Raquel Quevedo, Directora de Marketing de LAMP-, a un aspecto clave en la generación de ambientes lumínicos. Más allá del impacto estético que influye en la forma en la que percibimos el entorno construido, durante los últimos años se ha puesto en valor la influencia que la buena iluminación tiene a la hora de crear espacios confortables y saludables, considerando tanto los efectos visuales, como los no visuales sobre las personas que habitan estos espacios. Este concepto de “iluminación integradora” (término oficializado por la Comisión Internacional de Iluminación desde 2019) ha supuesto una verdadera revolución en la industria. Desde LAMP, hemos abrazado esta revolución, introduciendo nuevas tecnologías, ampliando el conocimiento interno e incorporando una mirada humanista, no solo tecnológica, poniendo al usuario y sus necesidades en el centro de nuestros desarrollos”.

Noel Sánchez López, Director de Marketing de ALVER-LAMP, nos destaca otros valores como el LED: “La iluminación ha dejado de ser solo un elemento funcional →



Foto: Bover

para convertirse en un pilar fundamental del diseño, tanto en interiores como en exteriores. Gracias a la tecnología LED, la personalización y la domótica, la luz no solo mejora la estética de los espacios, sino que también eleva el confort y la experiencia del usuario. Como fabricantes, hemos evolucionado con propuestas más innovadoras, materiales sostenibles y soluciones inteligentes que responden a estas nuevas necesidades”.

“En los últimos años -comenta José María Pujol, Director Comercial de PUJOL ILUMINACIÓN-, la iluminación ha pasado de ser un elemento meramente funcional a convertirse en un recurso clave para definir y realzar los espacios interiores. La tecnología y el diseño han permitido que las luminarias sean ahora herramientas para crear ambientes personalizados, destacar texturas y mejorar la experiencia de los usuarios en cualquier espacio. En PUJOL ILUMINACIÓN hemos evolucionado para atender estas necesidades combinando estética, tecnología y funcionalidad...”.

La Responsable de Marketing y Comunicación de ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, Raquel Soto, también destaca la tecnología LED: “En los últimos años, la iluminación ha pasado de ser un elemento funcional a un pilar clave en el diseño de interiores, influyendo en la estética, el confort y la eficiencia de los espacios. La adopción de tecnología LED ha permitido mayor eficiencia energética y personalización, con opciones de regulación y control inteligente. La

<< una iluminación adecuada puede transformar, realzar elementos decorativos y crear atmósferas únicas >>

tendencia del Human Centric Lighting también ha cobrado fuerza, priorizando el bienestar y la adaptación al ritmo circadiano. En ALG y LightED, hemos respondido a estos cambios con productos innovadores, iluminación inteligente y un fuerte enfoque en calidad y sostenibilidad, asegurando soluciones eficientes y estéticamente atractivas para cada proyecto. Recientemente hemos apostado por abrir nuevas líneas de negocio como la de los ventiladores con iluminación LED que están cada vez más en tendencia gracias a su practicidad y diseño...”.

Sara Soria, Responsable del Dpto. de Proyectos y Marketing de MARINER, apela a la tradición artesana y a la tecnología: “La iluminación ha evolucionado de ser un elemento funcional a convertirse en una pieza clave en el diseño de interiores, capaz de definir la atmósfera y el carácter de un espacio. En MARINER, con más de 130 años de historia, hemos sabido adaptarnos a cada época sin perder nuestra esencia. La combinación de tradición artesanal y tecnología nos ha permitido ofrecer luminarias que no solo cumplen una función práctica, sino que también aportan personalidad y exclusividad a los espacios. Nos mantenemos atentos a las tendencias del diseño, integrando nuevas soluciones sin renunciar a la elegancia y calidad que siempre nos han definido”.

“La iluminación ha ganado una gran relevancia en el diseño de interiores en los últimos años – se suma a la opinión colectiva Juan Martín, Administrador de ALMAR LÁMPARAS-, pasando de ser un simple complemento a convertirse en un elemento clave en el diseño de interiores, y los fabricantes de lámparas hemos ido adaptando nuestros productos para satisfacer esta demanda, por ejemplo mediante la incorporación de la tecnología LED, mucho más eficiente y duradera, o personalizando tanto el diseño como los acabados de nuestras lámparas, lo que nos permite adaptarnos a diferentes estilos de interiores”.

Por lo que respecta a la opinión del CEO de DAJOR LIGHTING FACTORY, Daniel Berenguer, destaca al valor actual que se le da a la iluminación al comentar: “La iluminación ha pasado de ser “esa bombilla funcional” a convertirse en la gran protagonista del diseño. Ya no solo hablamos de iluminar; hablamos de crear atmósferas y contar historias con luz. Esos tiempos de una única lámpara en el techo han quedado atrás. Hoy, la tendencia está en distribuir diferentes puntos de luz estratégicamente en una estancia para crear calidez, destacar texturas, y transformar cualquier espacio en un refugio acogedor y lleno de personalidad... Trabajamos codo a codo con interioristas y arquitectos, estudiando cada rincón, cada sombra y cada centímetro, para asegurarnos de que nuestras piezas sean mucho más que una fuente de luz. Queremos que se conviertan en el alma de la estancia, esa chispa que transforma un espacio en algo memorable, único e inolvidable”. →

Foto: Alg





alverlamp

LIGHTING YOUR VISION

En Alverlamp transformamos la luz en diseño. Adaptamos cada detalle para que tu espacio refleje tu estilo único. Ilumina tus proyectos con soluciones a medida.



www.alverlamp.es



Foto: LedsC4

Sostenibilidad, normativas, economía circular... el nuevo paradigma

El avance del sector hacia la responsabilidad ambiental y las soluciones eficientes, fruto de la concienciación y de las normativas vigentes, es una realidad que se traduce en el esfuerzo de los fabricantes hacia el reto de lo sostenible, reduciendo la huella de carbono en todo su proceso productivo -economía circular- en mayor o menor medida.

Conscientes de que todavía queda mucho por recorrer, hemos querido saber por parte de ellos, **¿si está la industria preparada frente a este nuevo paradigma? - sostenibilidad, normativas, economía circular...- ¿y qué se viene haciendo desde sus empresas?**

La Directora de Estrategia Empresarial de ESTILUZ destaca la importancia de la aparición del LED en todo este proceso: “La industria de la iluminación avanza de manera constante hacia un modelo más sostenible, adaptándose a normativas y principios de economía circular. La introducción del LED marcó un punto de inflexión, permitiendo a nuestro sector aplicar criterios de eficiencia energética antes que muchos otros. En ESTILUZ, este compromiso se traduce en el uso de materiales y procesos respetuosos con el medioambiente, en el diseño de luminarias completamente desmontables, para facilitar su reciclaje al final de su vida útil, y en una producción local que minimiza la huella de carbono. Además, trabajamos para obtener certificaciones que avalen nuestra sostenibilidad y desarrollamos una colección con materiales reciclados, que esperamos lanzar antes de final de año, reafirmando así nuestra apuesta por un diseño responsable y duradero”, concluye Marta Masdeu.

“La calidad, es fundamental cuando pensamos en un mundo más sostenible -señala Joana Bover, desde BOVER-. Tenemos que concienciarnos que el fast product no nos lleva a ningún lugar. Los productos deben ser respetuosos con el medio ambiente y el mejor modo de conseguirlo, es intentando alargar su vida al máximo. Tenemos que volver a repararlos, esforzarnos para que no se conviertan en toneladas de basura con destino a países pobres. En el caso de BOVER – continua su Fundadora-, también son muy importantes los materiales naturales, el trabajo artesanal y el producto de proximidad que evita transportes innecesarios y emisión de gases”.

Por su parte el Director de Proyectos de FARO BARCELONA incide en el reto inexorable al que se enfrentan: “La sostenibilidad ya no es una opción, sino un requisito ineludible también en la industria de la iluminación. En los últimos años, el sector ha avanzado hacia soluciones más eficientes y responsables con el medioambiente, impulsado tanto por normativas más estrictas como por una mayor concienciación de los consumidores y los profesionales del diseño. Sin embargo, aún queda camino por recorrer y mejorar.

En FARO BARCELONA llevamos años trabajando para integrar la sostenibilidad en todo el ciclo de vida de nuestros productos, en todo lo que hacemos. Apostamos por el ecodiseño para producir objetos con menor impacto ambiental, reduciendo el número de componentes y materiales y facilitando su desmontaje y reparabilidad para alargar su vida útil. También nos orientamos hacia la eficiencia energética y un consumo responsable de la electricidad promoviendo sistemas de iluminación y ventilación inteligentes. Trabajamos también en el uso de embalajes más sostenibles, eliminando el plástico de un solo uso e incorporando materiales reciclados y reciclables. Creemos que la economía circular es el camino y estamos explorando modelos que permitan la reparación y reutilización de nuestras luminarias, para alargar su vida útil y con ello reducir su huella ecológica”, detalla Iván Meana en su respuesta.

“El diseño y, dentro de él, la apuesta por el minimalismo esencial, está en la raíz de cómo ARKOSLIGHT y su actividad -añade Alicia Matallín, su Directora de Marketing y Comunicación- están ayudando a mejorar la sociedad que nos rodea y el medioambiente. El esfuerzo del diseño minimalista por la síntesis ha afectado positivamente no sólo a los productos de su colección, sino a todas las áreas de la empresa y del ciclo de vida del producto: desde el transporte hasta el montaje, pasando por el reciclaje o la producción. También en el proceso de ingeniería, el trabajo en el perfeccionamiento y la optimización de las piezas, especialmente los disipadores (que son las partes que exigen más cantidad de aluminio), ha conseguido que las luminarias empleen la cantidad mínima y estrictamente necesaria para la disipación óptima del calor. La excelencia técnica de los componentes de ARKOSLIGHT se plasma en el uso de los LED de alta eficiencia. Esto hace que sus luminarias estén entre las que ofrecen la mejor relación Lm/W posible, es decir, son las que otorgan más luz con menos consumo.

Pero no solo centramos nuestros esfuerzos en el porfolio de producto, también en su protección y su presentación. En cuestiones de embalaje, podemos afirmar que hacemos uso únicamente de cartón (siendo este 100% reciclable).

Además, en los últimos años hemos sustituido los protectores de producto de papel-burbuja por protectores de fécula de patata (PLA) 100% compostables... Nuestra memoria de sostenibilidad, que recientemente hemos presentado -prosigue Alicia Matallín-, celebra la certificación desde hace más de quince años de la ISO 14001, siendo esta un ejercicio de transparencia y mejora constante que hoy cobra relevancia en nuevos formatos, al tiempo que fija nuevos objetivos a medio y largo plazo”.

Por su parte, Oriol Sala, de LedsC4, contesta: “La sostenibilidad es un valor clave para afrontar nuevos retos. En LedsC4 estamos altamente comprometidos con una visión de negocio responsable y duradero, mediante el cual podamos generar un impacto positivo en nuestra sociedad y en nuestro entorno.

A lo largo de los años hemos avanzado en materia de sostenibilidad, reduciendo nuestra huella de carbono con el objetivo de a una emisión cero en 2030. Nuestras luminarias siguen estrictos criterios de eficiencia, ecodiseño y medimos su impacto mediante declaraciones ambientales de producto (DAP). Quiero enfatizar que, gracias a la implicación transversal en todos los equipos de este año, LedsC4 ha conseguido la medalla de oro de Ecovadis, un reconocimiento que solo el 5% de las empresas auditadas consiguen”.

Juan Ramón Santos, Director de Marketing de NORMAGRUP, afirma: “La industria de la iluminación ha experimentado una transformación significativa en los últimos años para adaptarse a estos desafíos. Normativas más exigentes, un enfoque creciente en la economía circular y una mayor conciencia ambiental están impulsando a los fabricantes a redefinir sus procesos y productos.

En NORMAGRUP, hemos adoptado la sostenibilidad como un pilar fundamental de nuestra estrategia, no solo para cumplir con las normativas, sino también para liderar este cambio hacia un modelo más responsable. Desde nuestras plantas de fabricación en España, trabajamos con procesos optimizados para reducir el consumo energético y las emisiones. Además,

nuestras soluciones de iluminación están diseñadas bajo principios de economía circular, priorizando la durabilidad, la reparabilidad y el uso eficiente de los recursos.

Un ejemplo destacado es nuestra familia ELEMENT, que integra estos principios ofreciendo productos... que combinan funcionalidad y responsabilidad ambiental, demostrando que la sostenibilidad no está reñida con el diseño. En definitiva, creemos que la sostenibilidad es mucho más que una exigencia normativa; es una oportunidad para redefinir la industria y aportar valor añadido a través de soluciones que respeten el medio ambiente y mejoren la calidad de vida”, incide Juan Ramón Santos.

“La industria de la iluminación está cada vez más comprometida con la sostenibilidad y la economía circular. En AROMAS DEL CAMPO -nos comenta Ada Soret, su General Manager Export-, la sostenibilidad influye en cada una de las decisiones que tomamos desde el primer boceto hasta el estudio de packaging. El desarrollo de una nueva colección se basa en tres principios fundamentales: durabilidad del producto, eficiencia de los sistemas de iluminación y la reutilización, reciclaje y eliminación al final de su vida útil. Además, hemos instalado paneles solares en el techo de nuestra fábrica y hemos implementado estaciones de carga eléctrica para nuestros vehículos y los de nuestros empleados, con el objetivo de reducir nuestra huella de carbono. También utilizamos embalajes reciclables en nuestras nuevas colecciones, evitando materiales que dañan el medio ambiente”.

La Directora de Marketing de LAMP añade por su parte: “La industria en general está sufriendo una auténtica transformación para lograr incorporar los cambios tan necesarios que aceleren la transición hacia un modelo económico circular. En el caso de la industria de la iluminación, si bien la introducción de la tecnología LED, supuso unos ahorros energéticos significativos, cuenta con otros retos medioambientales muy característicos de nuestra industria: como es la difícil reciclabilidad de equipos electrónicos, el uso de materiales con altas emisiones de carbono como el aluminio, etc. →



Foto:Alg

El posicionamiento de LAMP -continúa Raquel Quevedo-, para abordar todos estos retos medioambientales, tanto los generales como los específicos, fue apostar por la implementación de un plan de sostenibilidad transversal que nos ayudará a avanzar en los tres pilares fundamentales de ASG: Ambiental, Social y Gobernanza. Por este motivo medimos nuestro impacto y contamos con objetivos específicos como son: la reducción progresiva de nuestra huella de carbono para lograr la neutralidad, la disminución de la generación de residuos, la alineación de nuestros diseños con el reglamento de ecodiseño o el lanzamiento de un servicio, Circulight, que promueve la reactualización tecnológica de luminarias ya instaladas, alargando así su vida útil a la vez que reducimos emisiones de carbono tanto operacional como embebido”.

“El sector avanza cada vez más hacia la sostenibilidad -se suma a la opinión general Noel Sánchez López, Director de Marketing de ALVERLAMP-, apostando por materiales reciclables, tecnologías de bajo consumo y diseños pensados para durar y ser reparables. En ALVERLAMP, trabajamos para que nuestros procesos de producción sean más eficientes, eliminamos materiales contaminantes y optamos por empaques ecológicos. Creemos que este es el camino hacia una industria más responsable”.

José María Pujol, de PUJOL ILUMINACIÓN, añade en la misma línea: “El sector de la iluminación está adoptando cada vez más prácticas sostenibles para alinearse con las normativas ambientales y satisfacer la demanda de consumidores y empresas comprometidos con el medioambiente. Esto incluye el uso de materiales reciclables, la implementación de procesos de producción más eficientes y el diseño de productos con mayor durabilidad y menor impacto ambiental.

En PUJOL ILUMINACIÓN -continúa su Director Comercial-, nuestro compromiso con la sostenibilidad queda reflejado en nuestra colección de luminarias de fibras naturales, fabricadas con mimbre reciclable que evoca el estilo mediterráneo. Además, la integración de tecnología LED en nuestras luminarias asegura un bajo consumo energético y una mayor vida útil. Este enfoque no solo cumple con las normativas actuales, sino que

<< la sostenibilidad ya no es una opción, sino un requisito ineludible en la industria >>

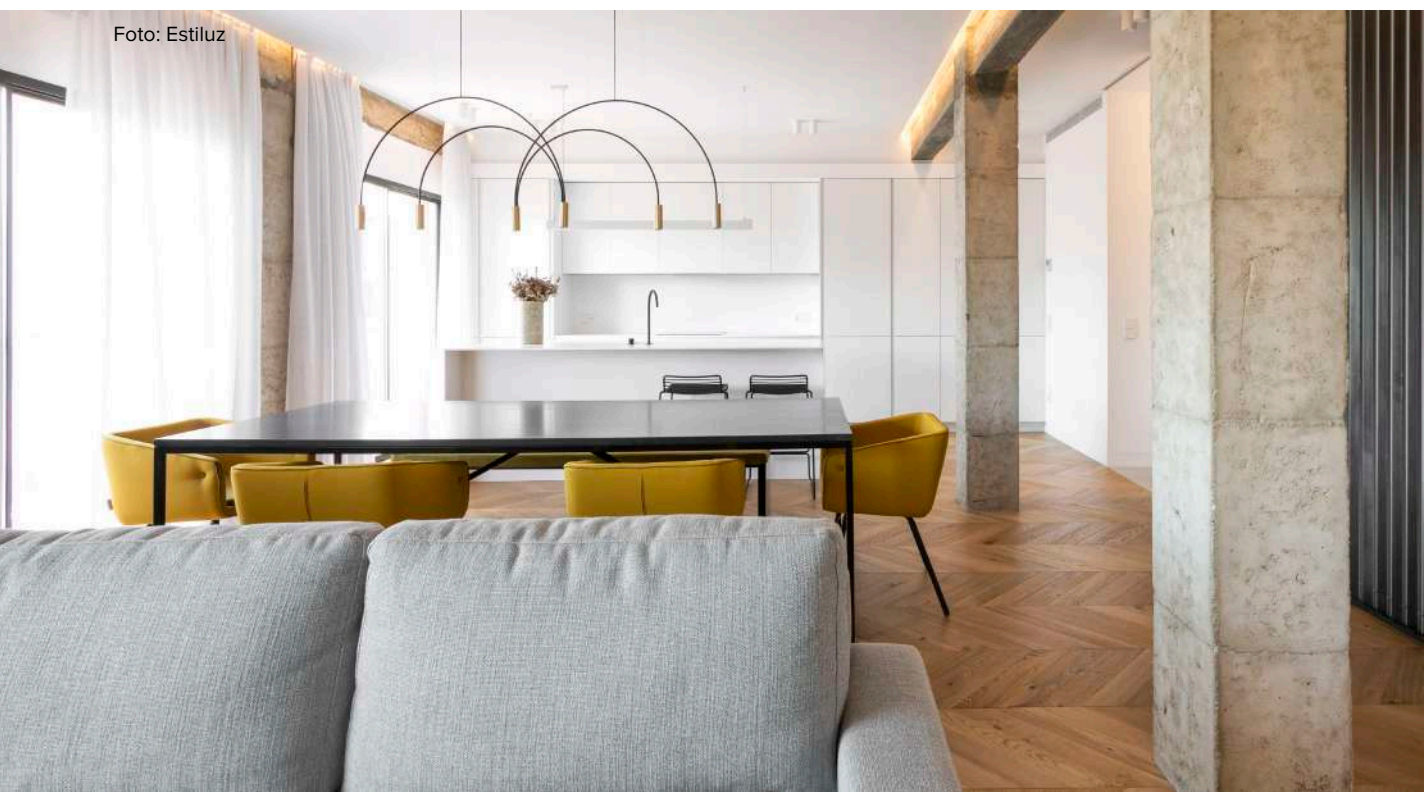
también fomenta una economía circular al ofrecer luminarias personalizables y reparables, minimizando el desperdicio”.

“La industria de la iluminación ha avanzado significativamente en sostenibilidad -asegura la Responsable de Marketing y Comunicación de ANTONIO LÓPEZ GARRIDO-, adaptándose a normativas más estrictas y promoviendo la economía circular. Actualmente, el enfoque se centra en la eficiencia, la durabilidad y el cumplimiento de normativas europeas de ecodiseño, que establecen requisitos estrictos en cuanto a consumo energético, reciclabilidad y calidad lumínica.

En ALG y LightED -añade Raquel Soto-, nos aseguramos de cumplir con estas normativas, ofreciendo productos cada vez más eficientes, con mayor vida útil y mejor rendimiento lumínico. Además, realizamos rigurosos controles de calidad en nuestro laboratorio para garantizar que nuestras soluciones no solo cumplen con la legislación vigente, sino que también responden a las necesidades de nuestros clientes en términos de sostenibilidad y eficiencia”.

La Responsable del Dpto. de Proyectos y Marketing de MARINER, Sara Soria, apela a la tenacidad argumentando: “A lo largo de nuestra extensa trayectoria, hemos aprendido que la sostenibilidad es una evolución constante. En MARINER, entendemos la importancia de crear productos duraderos que respeten el entorno. Estamos comprometidos con la producción responsable, utilizando materiales de alta calidad y larga duración, minimizando residuos y promoviendo procesos de fabricación más eficientes. Trabajamos con proveedores que cumplen con estrictas normativas medioambientales y apostamos por el desarrollo de productos que contribuyan a la economía circular. Nuestro objetivo es seguir ofreciendo luminarias que combinen belleza, funcionalidad y respeto por

Foto: Estiluz



el medio ambiente, asegurando un legado sostenible para las futuras generaciones”.

“Si bien se han dado pasos importantes hacia la sostenibilidad, todavía queda camino por recorrer -comenta por su parte el Administrador de ALMAR LÁMPARAS-. El desarrollo de la tecnología LED en los últimos años ha sido un gran avance, de hecho, las bombillas LED son mucho más eficientes energéticamente y tienen una vida útil mucho más larga que las bombillas tradicionales. Pero no solo eso, la conciencia ambiental cada vez más extendida nos impulsa a desarrollar productos más sostenibles.

En este sentido, en ALMAR LÁMPARAS -destaca Juan Martín-, priorizamos el uso de materiales reciclables, como el aluminio, el cobre y el latón. También diseñamos productos duraderos y reparables, y buscamos minimizar el impacto ambiental mediante diversas acciones, como la reducción de las emisiones en el proceso de fabricación, y una apuesta firme por proveedores locales, fomentando una cadena de suministro más sostenible”.

El CEO de DAJOR LIGHTING FACTORY, Daniel Berenguer, concluye: “Es un cambio necesario y, en nuestra empresa hemos ido implantando pequeños cambios para adaptarnos a ello. Usamos materiales sostenibles y priorizamos procesos que minimicen residuos. Además, apostamos por piezas atemporales que duren toda la vida. Creemos que la verdadera sostenibilidad no está en producir más, sino en diseñar mejor”.

Tendencias en materiales y diseño

Lámparas innovadoras, diseños de autor, materiales naturales, luces cálidas, acabados artesanales... y todo ello para añadir valor a un espacio, en una apuesta del sector por la iluminación versátil y adaptable, que se ajuste al estilo de vida y al bienestar emocional de las personas. Pero díganos, en la actualidad, **¿cuál es la tendencia en la búsqueda de este acomodo a las necesidades y maneras de vivir del usuario?**

“Actualmente, la tendencia en iluminación se centra en la personalización y el bienestar del usuario -comenta la Directora de Estrategia Empresarial de ESTILUZ, Marta Masdeu-. Las luminarias ya no solo decoran, sino que se adaptan al estilo de vida moderno, ofreciendo versatilidad, confort visual y control sobre la luz. La demanda de luces cálidas y regulables refleja la necesidad de crear ambientes acogedores y funcionales en un mismo espacio. En ESTILUZ, combinamos diseño, personalización y tecnología para responder a estas exigencias”.

Joana Bover, desde BOVER, explica que “el control y la conectividad son dos factores a tener en cuenta, encontrar el equilibrio entre el bienestar que nos ofrecen las nuevas tecnologías y la funcionalidad de un buen diseño, son una tendencia clara en iluminación”.

A lo que añade el Director de Proyectos de FARO BARCELONA: “El diseño de iluminación ha evolucionado para adaptarse a estilos de vida más flexibles, personalizados y sostenibles. Hoy en día, los esfuerzos se centran en crear luminarias que no solo sean estéticas, sino que también respondan a las necesidades emocionales y funcionales de los



Foto: Dajor

usuarios. Esto representa una clara apuesta por la iluminación versátil y adaptable, con diseños que permiten modular aspectos de la luz según el momento del día o la actividad que se esté realizando. El objetivo es maximizar el confort de los usuarios y contribuir a su bienestar. La iluminación -prosigue Iván Meana-, juega un papel imprescindible en el aspecto emocional de los usuarios que habitan los espacios que diseñamos. Se trata de lograr ambientes acogedores y envolventes donde la luz actúe como un elemento más de bienestar. En FARO BARCELONA diseñamos luminarias con este propósito”.

“Durante cuatro décadas -comenta por su parte Alicia Matalín, de ARKOSLIGHT-, hemos tenido el privilegio de trabajar con el elemento más etéreo de nuestro entorno; quizás el más desapercibido pero el más importante para conseguir que un hábitat sea atractivo, amable y hospitalario. Aunque cada área tiene unos requisitos específicos, los puntos clave para la iluminación de oficinas, espacios residenciales, de hospitality o retail son: cumplimiento de las normativas, confort visual reduciendo el deslumbramiento, uniformidad, opciones de regulación y, por último, eficiencia energética. Estas dos últimas, quizás, son las que actualmente están predominando como demandas principales en el mercado, si nos referimos a las peticiones actuales de nuestros usuarios”.

“La tendencia actual en el diseño de lámparas y la decoración de interiores -añade el Director de Marketing de LedsC4-, se centra en la funcionalidad, la sostenibilidad y la personalización. Las lámparas se adaptan a las necesidades del usuario con diseños multifuncionales, como →



Foto: Almar

iluminación regulable y opciones tecnológicas integradas. Los materiales naturales, reciclables y locales ganan protagonismo, reflejando un compromiso con el medio ambiente. Además, los diseños de autor y los acabados artesanales aportan valor y exclusividad a los espacios. La luz cálida y las atmósferas acogedoras buscan crear ambientes íntimos y relajantes, mientras que los diseños modulares y flexibles permiten adaptarse a diferentes necesidades y estilos de vida”, concluye Oriol Sala.

En este sentido, el Director de Marketing de NORMAGRUP expone: “Desde nuestro punto de vista, las tendencias en iluminación se centran en adaptarse al estilo de vida, las emociones y el bienestar de las personas. Esta búsqueda de armonía y funcionalidad ha llevado a priorizar conceptos como la personalización, la conexión con la naturaleza y el equilibrio entre tecnología y estética. Los usuarios valoran soluciones que se adapten a sus rutinas diarias y estados de ánimo. La iluminación ajustable, con opciones de regulación de intensidad y tonalidad, permite transformar un espacio según el momento del día o la actividad que se desarrolle. Esto no solo añade confort, sino que también mejora la experiencia en el entorno. Uso de materiales naturales, luces cálidas y acabados orgánicos son cada vez más populares. Estos elementos aportan calidez y autenticidad a los espacios, ayudando a los usuarios a sentirse más conectados con su entorno. En NORMAGRUP, exploramos cómo integrar estas tendencias sin comprometer la eficiencia y la funcionalidad.

La tendencia hacia la iluminación saludable -continúa Juan Ramón Santos-, como la desarrollada por SaLuz, está ganando terreno. Los usuarios buscan soluciones que respeten los

ciclos circadianos naturales, contribuyendo a un descanso y una productividad óptimos... la tendencia actual en iluminación se enfoca en fusionar funcionalidad, diseño y bienestar, creando espacios que reflejen la personalidad de sus usuarios y se ajusten perfectamente a sus necesidades diarias”.

“Actualmente, existe una tendencia hacia la personalización y la creación de ambientes que reflejen la identidad y el estilo de vida del usuario -se alinea en la opinión Ada Soret, de AROMAS DEL CAMPO-. Los consumidores buscan piezas únicas que combinen diseño de autor, materiales naturales y acabados artesanales. En AROMAS DEL CAMPO, respondemos a esta demanda ofreciendo una amplia variedad de productos que incluyen lámparas de techo, lámparas de pie, apliques de pared, lámparas colgantes y lámparas de mesa. Nuestros diseños incorporan materiales de alta calidad, como metales, vidrios, mármoles y maderas nobles, creando piezas que aportan valor estético y funcional a cualquier espacio”.

En opinión de la Directora de Marketing de LAMP, “actualmente una de las tendencias que domina el sector es crear espacios saludables y confortables, donde la iluminación genere atmósferas lumínicas que se adapten a las necesidades de los usuarios, a través de tecnologías dinámicas. La personalización es una demanda de los usuarios, no solo en términos estéticos o formales, sino desde el punto de vista experiencial: las personas tienen necesidades dinámicas, y un mismo espacio alberga muchas actividades diferentes... el entorno y por ende la iluminación han de ser flexibles para adaptarse a este dinamismo.

Otra tendencia omnipresente es el compromiso con la sostenibilidad – matiza Raquel Quevedo-, que se refleja en el uso de materiales naturales y/o reciclados, lo que pone en valor las imperfecciones o impurezas como un nuevo componente estético propio y característico de este momento vital”.

Noel Sánchez López, de ALVERLAMP, se suma a la opinión del conjunto: “Hoy en día, la tendencia va hacia la personalización y la multifuncionalidad. Se buscan luminarias que no solo sean estéticas, sino que se adapten a distintos ambientes y momentos del día. El uso de materiales naturales, la iluminación de calidad que mejora el bienestar y los acabados artesanales aportan exclusividad y confort. Todo esto responde a un estilo de vida más consciente”.

“La tendencia actual se centra en crear espacios que prioricen el bienestar y la personalización. Los usuarios buscan luminarias que aporten calidez y confort, sin sacrificar la funcionalidad ni la sostenibilidad -añade el Director Comercial de PUJOL ILUMINACIÓN-. El diseño contemporáneo, los materiales naturales, las luces cálidas y los acabados artesanales están en auge, ya que permiten que los espacios sean acogedores y reflejen la personalidad de sus usuarios. Un ejemplo es nuestra colección ONA, que combina un diseño ultra fino con la capacidad de integrarse de manera armoniosa en cualquier espacio, ya sea doméstico o contract. Su luz indirecta y su versatilidad en instalación (horizontal o vertical) la convierten en una elección ideal para hoteles e interiores que buscan equilibrio entre funcionalidad y diseño”, finaliza José María Pujol.

Al igual, desde el fabricante ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, Raquel Soto nos comenta: “Actualmente, la tendencia →

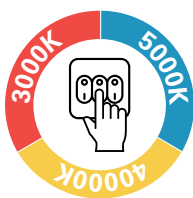
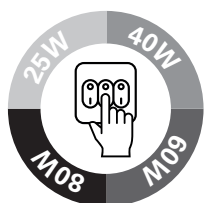
LightED



CAMPANA

LOWBAY CCT

SELECTOR DE POTENCIA Y CCT



REFLECTOR DE ALUMINIO SERVIDO A PARTE

Posibilidad de pedir la campana
con reflector acrílico o de aluminio.
Reflector acrílico incluido.

ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, S.A.

✉ pedidos@algsa.es
🌐 www.algsa.es

📍 Comarques del País Valencià, 60
46930 Quart de Poblet (Valencia)



en iluminación se centra en la personalización y el confort, adaptando la luz a las necesidades y estilo de vida del usuario. La iluminación inteligente permite regular la intensidad y temperatura de color para crear ambientes versátiles y funcionales. En ALG y LightED, apostamos por luminarias que integran eficiencia, diseño y confort, asegurando que la luz no solo ilumine, sino que transforme los espacios y mejore la experiencia del usuario”.

“Actualmente, la tendencia en iluminación gira en torno a la personalización y la creación de ambientes únicos -confirma Sara Soria, de MARINER-. Los clientes buscan piezas que reflejen su estilo de vida, combinando estética y funcionalidad. La iluminación cálida, los materiales nobles como el cristal de Murano y los acabados artesanales son altamente valorados, ya que aportan un carácter exclusivo y auténtico a los espacios. En MARINER, con nuestra amplia trayectoria, ofrecemos colecciones versátiles que permiten adaptar la iluminación a diferentes escenarios, manteniendo siempre un diseño sofisticado y atemporal que se adapta a las exigencias actuales”.

En opinión de Juan Martín, Administrador de ALMAR LÁMPARAS, “la industria de la iluminación tiende cada vez más a ofrecer productos personalizados, funcionales y sostenibles. Los consumidores buscan lámparas que no solo iluminen, sino que aporten identidad a un espacio. En nuestro caso particular, los consumidores aprecian el uso de metales nobles como el cobre o el latón, que además de aportar calidez también contribuyen a la sostenibilidad, ya que son materiales reciclables. También valoran mucho los acabados artesanales, que aportan un carácter único a cada pieza”.

“En la actualidad, las tendencias en iluminación buscan adaptarse al estilo de vida y las necesidades del usuario – comenta el director de DAJOR LIGHTING FACTORY-, priorizando la creación de ambientes acogedores y personalizados. Una de las tendencias emergentes es el "lampscapeing", que consiste en distribuir estratégicamente múltiples lámparas en una habitación para crear una atmósfera cálida y equilibrada, evitando la dependencia de una única fuente de luz en el

techo. Las necesidades del usuario han propiciado también el auge de la tecnología inteligente en la iluminación. Ahora cada vez más los sistemas permiten un control preciso a través de dispositivos móviles y asistentes de voz. Aún así, a nivel de diseño, se prioriza aquellos diseños orgánicos, que convierten las lámparas en piezas clave de la decoración, que aportan personalidad y estilo a los espacios”, sentencia Daniel Berenguer.

Innovación atemporal frente a lo efímero

Ampliar colecciones con diseños que respondan a necesidades específicas no está reñido con la creación de productos duraderos. Sin embargo, lo efímero sí que lo está con un diseño bien pensado que permanezca en el tiempo y resulte atemporal, siendo ésta una tendencia coherente, en la que la especialización también tiene cabida y razón de ser; como así se desprende de la opinión de los entrevistados frente a nuestras preguntas:

¿Creen que hay que estar sujeto a los cambios de estilo, abultando los catálogos con nuevas referencias y colecciones, o consideran que es la especialización el camino a seguir?, ¿cuál es el ciclo ideal de renovación de gama?

“En ESTILUZ, creemos en la durabilidad del diseño por encima de las tendencias efímeras -comenta su Directora de Estrategia Empresarial-. Nuestros productos destacan por su elegancia atemporal, con líneas simples y sofisticadas que se integran en distintos estilos decorativos sin perder vigencia. Nos dirigimos a un público que valora la calidad y la coherencia estética, alejándose de las modas pasajeras y buscando piezas que perduren en el tiempo. Sin embargo, en un mercado en constante evolución, las marcas debemos seguir innovando para mantenernos atractivas ante nuestros clientes. Por ello, aunque no abultamos nuestro catálogo con referencias efímeras, sí introducimos novedades de manera estratégica, respetando nuestra identidad y apostando por productos que aporten valor real. El ciclo ideal de renovación no responde a una regla fija, sino al equilibrio entre la evolución de las necesidades del usuario y la permanencia

Foto: Alg





Foto: Arkoslight

de un diseño bien pensado y duradero”, concluye en su opinión Marta Masdeu.

Al respecto, Joana Bover, de BOVER, añade: “Creo que las marcas deben tener su propio estilo y lenguaje, una identidad clara que las identifique y no requiera cambios de tendencia o estilo. No se trata de tener un gran catálogo, sino de tener un buen producto que sepa responder a las necesidades funcionales o emocionales del usuario final”.

“El diseño de iluminación debe evolucionar con las tendencias, pero sin perder identidad ni caer en la sobreproducción. En FARO BARCELONA – opina su Director de Proyectos- creemos en una evolución consciente y responsable, donde cada nuevo diseño ha sido creado para aportar un valor real tanto a nivel estético como funcional. Ampliamos nuestras colecciones con diseños que responden a necesidades específicas del mercado y de los usuarios, pero siempre desde un enfoque de coherencia con nuestra identidad, valores y propósito. Buscamos desarrollar productos que perduren en el tiempo, tanto por su diseño como por su calidad, funcionalidad y eficiencia. En definitiva, apostamos por diseñar productos relevantes, que dialoguen con los espacios y contribuyan al bienestar de las personas”, termina por decir Iván Meana.

Alicia Matallín, de ARKOSLIGHT, afirma: “El entendimiento entre arquitectura y objeto, a través de algo tan abstracto como la iluminación, ha sido posible gracias a la esencialidad del diseño de las luminarias de ARKOSLIGHT. La pureza de sus geometrías elementales crea un discurso simple que converge con el arquitectónico. En consecuencia, la conversación con el espacio transcurre de un modo coherente. La fluidez entre espacio-luz-objeto recuerda a la linealidad y racionalidad de la arquitectura contemporánea. La calidad y el deseo de mejora continua son valores que nos han acompañado durante todos estos años. Por ello, la filosofía del producto ARKOSLIGHT se basa en la ampliación y especialización dentro de familias existentes de producto”.

A su vez Oriol Sala, de LedsC4, afirma: “La evolución del portafolio es consecuencia de la estrategia de producto donde se tienen en consideración varios factores, entre ellos la evolución de estilos de los interiorismos en el tiempo, pero esta evolución es natural y tranquila, y no provoca cambio

de estilo rápidos. Buscamos estabilidad y durabilidad en las diferentes familias del portafolio por esto invertimos más en actualización de gama que en la renovación de éstas, por eso no tenemos ciclo marcado de renovación”.

“En NORMAGRUP -comenta su Director de Marketing- creemos que la clave no está en seguir cada cambio de estilo, sino en encontrar un equilibrio entre adaptarse a las tendencias y mantener una identidad clara y diferenciada. Aunque las modas pueden influir en los gustos de los usuarios, nuestra prioridad es ofrecer soluciones que trasciendan el tiempo, combinando diseño, funcionalidad y sostenibilidad.

La especialización es, sin duda, el camino a seguir. Esto no significa renunciar a la innovación o a nuevas propuestas, sino centrar nuestros esfuerzos en desarrollar productos que realmente aporten valor a los proyectos de interiorismo y respondan a las necesidades específicas de los usuarios. Para nosotros, no se trata de abultar catálogos, sino de enriquecerlos con referencias cuidadosamente seleccionadas que reflejen calidad, diseño atemporal y tecnología avanzada.

En cuanto al ciclo ideal de renovación de gama, consideramos que debe ser lo suficientemente dinámico como para incorporar mejoras tecnológicas y responder a las demandas del mercado, pero también estratégico para evitar la obsolescencia innecesaria. Esto nos permite mantener un catálogo sólido y vigente, sin perder de vista la coherencia y la sostenibilidad. En definitiva -concluye Juan Ramón Santos-, creemos que un enfoque especializado, centrado en la calidad y el diseño con propósito, es la mejor manera de garantizar soluciones que perduren y marquen la diferencia en cualquier espacio”.

Como afirma Ada Soret, General Manager Export de AROMAS DEL CAMPO, “creemos en un equilibrio entre la innovación y la especialización. Es esencial estar atentos a las tendencias emergentes y adaptarse a las necesidades del mercado, pero sin perder nuestra identidad y esencia. Optamos por una renovación de gama que responda a las demandas de nuestros clientes, introduciendo nuevas colecciones cuando identificamos oportunidades para aportar valor añadido. Este enfoque nos →



Foto: Bover

permite mantener un catálogo relevante y atractivo, sin saturarlo innecesariamente”.

“En LAMP -comenta su Directora de Marketing- tenemos muy identificados cuales son aquellos espacios donde nuestras soluciones pueden generar un mayor impacto. Cada empresa tiene su estrategia de aproximación al mercado, la de LAMP es claramente centrarnos en soluciones técnicas que mejoren la experiencia de uso de las personas. Entendemos la innovación como una manera de acercarnos a las nuevas formas de vida, dando respuesta a los retos que se plantean. Este proceso nos lleva a concebir nuevas tipologías lumínicas que conviven en nuestro portfolio con familias históricas como la icónica Lamptub, diseñada en los años 70 y que, manteniendo su esencia, se actualiza tecnológicamente. Bajo este prisma -continúa Raquel Quevedo-, la renovación de nuestras soluciones no responde solamente a criterios estéticos, sino a una transformación que busca adaptarse para ofrecer un mayor valor a través de la iluminación”.

El Director de Marketing de ALVERLAMP, Noel Sánchez, añade: “Lo ideal es encontrar un equilibrio entre innovación y especialización. Es clave estar atentos a las tendencias y evolucionar con ellas, pero sin saturar el mercado con demasiadas referencias. Apostamos por colecciones bien diseñadas, con identidad propia y calidad duradera, en lugar de lanzar productos sin una estrategia clara”.

“Aunque seguir las tendencias es importante para mantenerse al día -comenta por su parte José María Pujol-, creemos

que la clave está en un equilibrio entre innovación y especialización. Lanzar productos que realmente aporten valor al mercado es más efectivo que ampliar catálogos innecesariamente. Apostamos por colecciones atemporales y versátiles que puedan actualizarse tecnológicamente, con un ciclo de renovación ideal de 3 a 5 años.

Nuestra colección ACÚSTIC -añade el Director Comercial de PUJOL ILUMINACIÓN- es un buen ejemplo de especialización innovadora. No solo resuelve problemas funcionales como el aislamiento acústico en espacios concurridos, sino que también aporta diseño y opciones de personalización que responden a las necesidades específicas de cada proyecto”.

Por parte del fabricante ANTONIO LÓPEZ GARRIDO (ALG), Raquel Soto comenta: “La clave está en encontrar un equilibrio entre innovación y especialización. Es fundamental adaptarse a las tendencias del mercado sin perder la identidad de la marca, ofreciendo productos versátiles y atemporales que respondan a necesidades reales. En ALG y LightED, apostamos por la especialización en iluminación LED eficiente y de calidad, renovando nuestra gama de forma estratégica, según la evolución tecnológica y las demandas del sector. El ciclo ideal de renovación varía, pero nos aseguramos de que las novedades aporten valor real y no sean solo cambios estéticos sin mejoras funcionales”.

“Desde nuestra fundación en 1893, hemos aprendido que la clave está en mantener nuestra identidad mientras evolucionamos con las tendencias del mercado -responde Sara Soria, Responsable del Dpto. de Proyectos y Marketing de MARINER-. La especialización es esencial para ofrecer productos exclusivos y de alto valor añadido. No se trata de seguir modas pasajeras, sino de introducir nuevas piezas con un enfoque estratégico, garantizando que cada diseño sea relevante y duradero. Renovamos nuestras colecciones de manera cuidadosa, asegurando que cada pieza refleje la esencia de MARINER y se adapte a las exigencias contemporáneas”.

En su opinión Juan Martín, Administrador de ALMAR LÁMPARAS, añade: “No creo que sean estrategias necesariamente incompatibles, ni tampoco creo que haya una respuesta válida en todos los casos. Ésta es una decisión que depende de la estrategia que adopte cada empresa. El enfoque que hemos adoptado en ALMAR LÁMPARAS está más próximo a la especialización, ya que nos dedicamos a la fabricación artesanal de lámparas metálicas. Ofrecemos luminarias de calidad, funcionales y en muchos casos personalizadas. En nuestro caso solemos actualizar nuestra gama de productos cada uno o dos años, lo que nos permite reajustar nuestra oferta a las necesidades del mercado”.

“Creemos firmemente en la especialización -afirma Daniel Berenguer de DAJOR LIGHTING FACTORY-. Nuestro enfoque no es crear catálogos interminables con modelos que se pierden en el olvido, sino fabricar piezas únicas y personalizadas que marquen la diferencia. El ciclo ideal de renovación no lo dicta el mercado, sino las necesidades reales de los proyectos. Cuando diseñamos una lámpara, lo hacemos pensando en que sea relevante y funcional durante años. Nos alejamos del “usar y tirar” y apostamos por el “usar y recordar”.

<< la tendencia en iluminación se centra en la personalización y el confort, adaptando la luz a las necesidades y estilo de vida del usuario >>

El papel del prescriptor -interioristas, arquitectos, diseñadores...

La colaboración entre importantes fabricantes y reputados arquitectos o interioristas, para el desarrollo y prestigio las marcas, se ha convertido en un factor fundamental para consolidar la confianza de los clientes; motivo por el que muchos fabricantes recurren a prestigiosos interiorista y arquitectos que, al integrar en sus proyectos sus referencias, logran transmitir el valor del diseño como elemento decorativo, destacando también otros aspectos como la innovación y la calidad de sus productos. Por eso, hemos querido reafirmar esta percepción, generalizada entre los fabricantes y los estudios de interiorismo y arquitectura, preguntando a los entrevistados: **¿Qué papel desempeña el prescriptor -interioristas, arquitectos, diseñadores...- en favor del prestigio de sus marca y su desarrollo?**

“El papel del prescriptor es fundamental para el prestigio y la evolución de una marca como ESTILUZ -hace notar Marta Masdeu, su Directora de Estrategia Empresarial-. Nuestros productos no existen de manera aislada; cobran vida dentro de los espacios que estos profesionales crean. La forma en que se integran en cada proyecto contribuye directamente a la proyección de nuestra identidad. Además, nuestras luminarias evolucionan en función de las necesidades de los clientes. Las adaptamos para ellos, por lo que estos profesionales también nos inspiran a mejorar y desarrollar nuevas soluciones. Al final, el prestigio de una marca no se construye solo con productos bien diseñados, sino con los espacios que los realzan y con la confianza y el respaldo de quienes los prescriben”.

Joana Bover, desde BOVER, matiza: “El prescriptor es un buen conocedor de la industria. Colabora con los fabricantes y las marcas, nos ayuda a consolidar la confianza del cliente, porque sabe enlazar las ilusiones con las necesidades reales del proyecto”.

“El prescriptor juega un papel fundamental en la consolidación y prestigio de una marca de iluminación -añade Iván Meana, de FARO BARCELONA-, ya que su trabajo no solo influye en la selección de productos para un proyecto, sino que también ayuda a transmitir el valor del diseño, la calidad y la innovación de una firma. En el caso de FARO BARCELONA, creemos en la colaboración estrecha con los profesionales del sector, porque son ellos quienes mejor entienden cómo la luz puede transformar un espacio y mejorar la experiencia de las personas. Por eso, promovemos un diálogo constante con ellos, participando en eventos, formaciones y colaboraciones que nos permiten evolucionar de la mano de los profesionales que dan vida a los espacios”.

Alicia Matallín, de ARKOSLIGHT, aclara al respecto: “Podemos destacar especialmente el cambio en el perfil del cliente tipo que ha ido, paulatinamente, modificando la estructura de la compañía. Arquitectos, especialistas, interioristas y lighting designers han ido incorporándose a la cartera de clientes y, poco a poco, el producto ha pasado de un escenario donde compete en el punto de venta por ser elegido, a ser seleccionado por profesionales que lo prescriben en la fase de elección de materiales y exigen que sea ese producto -y no otro- el que se incluya en el proyecto que firman. La apuesta por el diseño y el reposicionamiento de ARKOSLIGHT, como una productora de iluminación técnica de calidad, tiene su correlato en la evolución positiva de las cifras de resultados de la empresa”.

Por lo que respecta a LedsC4: “El prescriptor, ya sea interiorista, arquitecto, lighting designer o diseñador, recomienda a su cliente marcas que influirán personalmente sobre su prestigio personal. La correspondencia de las marcas a esta confianza asegurando una buena ejecución del proyecto, es clave para que este prescriptor multiplique o destruya el prestigio de la marca. Los éxitos y fracasos son compartidos por lo que el desarrollo del prestigio está claramente condicionado por su éxito personal”, nos comenta Oriol Sala, su Director de Marketing.

“El prescriptor es un actor clave en el prestigio y el desarrollo de cualquier marca de iluminación -matiza Juan Ramón Santos de NORMAGRUP-. Interioristas, arquitectos y diseñadores no solo eligen productos, sino que también actúan como embajadores de las marcas, integrando →

Foto: LedsC4





Foto: Faro Barcelona / Hospital Vithas Valencia

sus soluciones en proyectos que trascienden lo funcional para convertirse en experiencias estéticas y emocionales. En NORMAGRUP, reconocemos la importancia de colaborar estrechamente con estos profesionales. Su visión creativa nos inspira a diseñar productos que no solo cumplan con los requisitos técnicos, sino que también enriquezcan la narrativa visual y funcional de los espacios... también proporcionamos herramientas técnicas y soporte para facilitar su trabajo, como catálogos detallados, objetos BIM y soluciones personalizables y cercanas, gracias a la ubicación de nuestra fábrica.

En última instancia -prosigue el Director de Marketing de NORMAGRUP-, el éxito de una marca de iluminación depende en gran medida de su capacidad para ganarse la confianza y la preferencia de estos profesionales. Al ofrecer productos que combinan diseño, tecnología y sostenibilidad, y al construir relaciones sólidas con los prescriptores, nos aseguramos de estar presentes en los proyectos más destacados y de consolidar nuestra posición como referentes en el sector”.

Desde AROMAS DEL CAMPO, Ada Soret, se suma en esta opinión: “Los prescriptores, como interioristas, arquitectos y diseñadores, desempeñan un papel crucial en el posicionamiento y prestigio de una marca. Su confianza en nuestros productos y su elección, para incorporarlos en sus proyectos, actúan como un sello de calidad y reconocimiento. En AROMAS DEL CAMPO, valoramos profundamente estas colaboraciones y ofrecemos un área dedicada a profesionales, proporcionándoles todos los recursos necesarios para desarrollar sus proyectos con nosotros”.

“El papel del prescriptor es fundamental para nosotros -se hace eco desde LAMP Raquel Quevedo-; es quien concibe el espacio, la experiencia de uso, quien comprende las necesidades y crea soluciones creativas... LAMP pone todos sus medios, ya sea con soluciones estándar o con soluciones diseñadas a medida, para que ese concepto se haga realidad. Cada uno de los proyectos en los que participamos de la mano de los equipos de arquitectura, diseño o ingeniería, es para nosotros una oportunidad única que nos acerca a nuestra visión empresarial”, destaca la Directora de Marketing de la compañía.

Noel Sánchez López, de ALVERLAMP, se suma al resto argumentando: “Son fundamentales -los prescriptores-. Su criterio y confianza pueden hacer que un producto se convierta en un referente dentro del sector. Colaborar con interioristas, arquitectos y diseñadores nos permite posicionarnos en proyectos de alto nivel, y dar visibilidad a nuestras luminarias en espacios donde la estética y la funcionalidad son clave”.

“El prescriptor desempeña un papel esencial al conectar las necesidades del proyecto con las soluciones que ofrece una marca -añade José María Pujol, Director Comercial de PUJOL ILUMINACIÓN-. Su criterio profesional ayuda a posicionar los productos en contextos de alto impacto, destacando tanto el diseño como la calidad de las luminarias. Además, su colaboración estrecha con los fabricantes aporta un valioso feedback que permite a las marcas mejorar e innovar. Por ejemplo, colecciones como TIM han sido diseñadas teniendo en cuenta las aportaciones de arquitectos e interioristas, quienes valoran su capacidad para adaptarse a diferentes estilos y usos. Esta colaboración refuerza el prestigio de nuestra marca y garantiza que nuestras luminarias cumplan con los estándares más altos de diseño y funcionalidad”.

Raquel Soto, de ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, opina que “el prescriptor es clave en el posicionamiento y prestigio de una marca de iluminación, ya que su criterio y experiencia influyen directamente en la elección de productos para proyectos de alto nivel. Su recomendación aporta credibilidad y confianza, convirtiéndose en un embajador natural de la marca”.

“Los prescriptores son aliados fundamentales en la consolidación y prestigio de MARINER -asegura su Responsable del Dpto. de Proyectos y Marketing, Sara Soria-. Interioristas, arquitectos y diseñadores juegan un papel clave en la difusión de nuestra marca, integrando nuestras luminarias en proyectos exclusivos que reflejan nuestra filosofía de lujo y excelencia. Gracias a la estrecha colaboración con estos profesionales, MARINER ha logrado posicionarse como una firma de referencia en el sector de la iluminación de alta gama”.

Juan Martín, Administrador de ALMAR LÁMPARAS, añade por su parte: “El papel del prescriptor es fundamental en el desarrollo y el fortalecimiento de la imagen de marca. Cuando →



DAJOR
Lighting factory

Proyectos de iluminación a medida

Fabrica de lámparas e
iluminación a medida
especializados en
proyectos para hoteles y
restaurantes.

Descuentos para
interioristas, arquitectos
o profesionales del
sector.

Tienda online de
productos
estandarizados con más
de 600 referencias.
www.luzvintage.es

977 681 975 | info@dajor.es

dajor.es



Foto: Normagrup

recomiendan tus productos le dan visibilidad a tu marca, y generan confianza en el cliente final. Además, proporcionan información muy valiosa sobre las tendencias del mercado y las necesidades del cliente, lo que nos permite a los fabricantes ofrecer productos que se ajusten mejor a la demanda. Las colaboraciones exitosas entre prescriptores y marcas permiten construir relaciones a largo plazo muy positivas, mejorando la reputación de la marca y contribuyendo a su crecimiento y evolución”.

“¡Un papel clave! -afirma categóricamente el CEO de DAJOR LIGHTING FACTORY-. Los interioristas, arquitectos y diseñadores son nuestros mejores aliados y, muchas veces, los que nos plantean los retos más emocionantes. Son ellos quienes nos empujan a salir de nuestra zona de confort y a crear piezas que, a primera vista, parecen imposibles (pero que siempre logramos).

Trabajar mano a mano con ellos no es solo nuestra forma de hacerlo, es la única manera de garantizar que el resultado final sea exactamente lo que el proyecto necesita. Ellos tienen la visión del espacio, nosotros ponemos la técnica y el detalle artesanal. Cuando combinamos ambas cosas, se produce esa chispa creativa que lleva los proyectos a otro nivel.

Además, su confianza en nuestro trabajo es fundamental para posicionar nuestra marca como referente en iluminación a medida. Cuando un cliente entra en un espacio y exclama un “qué bonita” al ver una de nuestras lámparas, sabemos que detrás de ese halago está el esfuerzo conjunto de un gran equipo de profesionales”, concluye Daniel Berenguer.

Los canales de distribución

En el modelo multicanal, al que ha evolucionado el mercado de la iluminación, la tienda especializada actúa como respaldo del prescriptor aportando conocimiento técnico y servicio; además, este tipo de establecimiento permite una experiencia más personalizada y sensorial. A su vez, los almacenistas de material eléctrico, así como los distribuidores generalistas de

materiales de construcción, tienen una función estratégica en la distribución de iluminación, todo ello sin olvidar que la venta online ha ganado muchísimo terreno; según se desprende de las respuestas a nuestra última pregunta:

Considerando los canales de distribución, **¿qué peso específico tienen en la demanda de lámparas las tiendas especializadas en iluminación, los almacenistas de materiales y la venta online?**

En su respuesta, Marta Masdeu, Directora de Estrategia Empresarial de ESTILUZ, destaca el respaldo que ofrece al prescriptor el distribuidor especializado: “En la iluminación decorativa de alta gama, el papel del prescriptor es fundamental en la selección de luminarias, y para ello necesita el respaldo de distribuidores altamente especializados que le ofrezcan conocimiento técnico y un servicio impecable. Más allá del canal de compra, el factor determinante es la calidad del asesoramiento y la capacidad de adaptación a las necesidades de cada proyecto y se puede encontrar tanto en tiendas físicas, como online o en almacenistas de material eléctrico. Todo depende del grado de profesionalización e implicación que tengan sus profesionales. En nuestro caso, la distribución se divide aproximadamente en un 60% a través de tiendas especializadas, un 25% en ventas online y un 15% a través de almacenistas de material eléctrico”.

“El 60% a nivel global de las ventas -señala por su parte Joana Bover, de BOVER-, pasan a través de nuestros agentes, que trabajan con la distribución en tiendas de iluminación y distribuidores especializados. Un 40% se vende en proyectos por el canal distribución. Siendo el canal online para nosotros muy residual a nivel resto del mundo”.

Iván Meana, de FARO BARCELONA, expone que “el mercado de la iluminación ha evolucionado hacia un modelo multicanal, donde cada uno de esos canales juega un papel fundamental en función del tipo de cliente y sus necesidades. Las tiendas especializadas en iluminación siguen siendo un canal importante, especialmente para clientes que buscan asesoramiento personalizado y la posibilidad de experimentar la luz en un entorno físico. Por otro lado, los almacenistas de materiales eléctricos y de construcción tienen una función estratégica

en la distribución de iluminación, especialmente en grandes proyectos o en instalaciones que requieren soluciones más especializadas. Este canal es relevante para instaladores y arquitectos, que buscan eficiencia en la gestión y suministro de productos.

La venta online, por su parte, ha crecido exponencialmente y representa una herramienta imprescindible, tanto para la consulta de producto como para la compra. En FARO BARCELONA -afirma su Director de Proyectos- creemos en la multicanalidad, y en la combinación de todos los canales, para llegar a distintos perfiles de clientes y ofrecer la mejor experiencia posible. La clave está en adaptarse a sus hábitos y necesidades, y garantizar una buena experiencia, ya sea en un showroom, a través de un distribuidor o en plataformas digitales”.

Uriol Sala, Director de Marketing de LedsC4, cometa al respecto: “Las tiendas especializadas ofrecen asesoría y productos más exclusivos, lo que atrae a consumidores que buscan soluciones específicas, normalmente con proyectos medianos. La venta online, por su parte, ha ganado importancia debido a la conveniencia, variedad y posibilidad de comparar precios con rapidez en proyectos pequeños. Los almacenistas de materiales eléctricos, aunque tradicionalmente enfocados en el ámbito B2B, están creando equipos de prescripción para añadir valor a su canal concentrando proyectos de mayor envergadura. Desde LedsC4 nos concentramos en ofrecer soluciones y un servicio de calidad en cada uno de los citados canales”.

“Cada canal de distribución tiene un papel importante en la demanda de lámparas, y su relevancia puede variar según el perfil del cliente y el tipo de proyecto. En NORMAGRUP -asegura Juan Ramón Santos, su Director de Marketing-, hemos observado cómo estos canales contribuyen de forma complementaria al éxito de la industria de la iluminación.

En cuanto a las tiendas especializadas en iluminación, creemos que este canal tiene un gran peso en proyectos de interiorismo y diseño. Las tiendas especializadas no solo ofrecen una cuidada selección de productos, sino que también actúan como asesores técnicos y estéticos para interioristas, arquitectos y consumidores finales.

Almacenistas mayoristas de material eléctrico, representan un pilar fundamental para atender la demanda de proyectos de mayor envergadura y del mercado profesional. Es el canal natural de venta de NORMAGRUP. Su capacidad logística y su relación cercana con los instaladores los convierten en un enlace clave para distribuir soluciones técnicas de iluminación, incluyendo productos diseñados para proyectos más específicos y exigentes.

Y aunque la venta online está ganando terreno, especialmente entre consumidores finales y pequeños proyectos, su peso específico en el segmento profesional y de diseño aún es limitado. Sin embargo, su crecimiento refleja la importancia de la digitalización, especialmente para la consulta y comparación de productos. En NORMAGRUP, hemos apostado por ofrecer herramientas digitales avanzadas, como catálogos online y objetos BIM, que faciliten la toma de decisiones y complementen este canal. En definitiva, los tres canales son esenciales para responder a las distintas necesidades del mercado”.

<< no se trata de seguir modas pasajeras, sino de introducir nuevas piezas con un enfoque estratégico... relevante y duradero >>

Por parte de AROMAS DEL CAMPO, Ada Soret, nos comenta: “La demanda de lámparas se distribuye actualmente entre diversos canales. Las tiendas especializadas en iluminación ofrecen una experiencia personalizada y asesoramiento experto, lo que las convierte en una opción preferida para muchos clientes. Los almacenistas de materiales también juegan un papel importante, especialmente en proyectos de mayor envergadura. Estamos presentes en todos estos canales, asegurando que nuestros clientes puedan acceder a nuestros productos de la manera que mejor se adapte a sus necesidades”.

“En los últimos años, la industria de la iluminación se ha visto inmersa en cambios significativos a lo largo de toda la cadena de valor, incluyendo el canal de distribución -aclara Raquel Quevedo, Directora de Marketing de LAMP-. Actualmente nos encontramos en un mercado muy atomizado y competitivo, por este motivo, aportar valor a través del conocimiento y la experiencia que hemos desarrollado durante los más de 50 años de historia de LAMP, nos permite afianzar nuestra presencia en el mercado, e intentar →



Foto: Bover



Foto: Estiluz

ofrecer siempre el mejor servicio a todos y cada uno de los actores que hacen posible que los proyectos se hagan realidad”.

En opinión de Noel Sánchez López, Director de Marketing de ALVERLAMP: “Cada canal tiene su importancia según el tipo de cliente. Las tiendas especializadas ofrecen asesoramiento personalizado y permiten que los clientes experimenten los productos en persona, lo que las hace esenciales en proyectos de interiorismo. Los almacenistas juegan un papel clave en reformas y construcción, integrando la iluminación en el conjunto del proyecto. Y, por supuesto, la venta online ha crecido muchísimo, facilitando el acceso a una mayor variedad de productos”.

“Cada canal de distribución cumple un papel clave en la demanda de lámparas -añade José María Pujol, Director Comercial de PUJOL ILUMINACIÓN-. Las tiendas especializadas destacan por su capacidad para ofrecer asesoramiento personalizado y técnico, mientras que los almacenistas son fundamentales para grandes proyectos por su logística eficiente. Por otro lado, la venta online ha crecido significativamente, facilitando el acceso directo a una amplia gama de productos para consumidores finales y pequeños proyectos. La combinación de estos canales permite satisfacer las diversas necesidades del mercado”.

La Responsable de Marketing y Comunicación de ANTONIO LÓPEZ GARRIDO, Raquel Soto, responde: “Los almacenistas

de material eléctrico son clave en la cadena de suministro, proporcionando stock y disponibilidad inmediata a instaladores y fabricantes. Las tiendas especializadas en iluminación aportan asesoramiento técnico y una experiencia de compra personalizada, y son esenciales para proyectos de arquitectura e interiorismo. La venta online, aunque en crecimiento, se orienta más a facilitar el acceso a información técnica y agilizar pedidos recurrentes para profesionales.

En ALG y LightED, nos enfocamos en fortalecer nuestra presencia en almacenes de material eléctrico e iluminación, garantizando productos de calidad con el respaldo técnico que requieren instaladores y responsables de compras. También trabajamos en estrecha colaboración con arquitectos y diseñadores para ofrecer soluciones lumínicas eficientes y adaptadas a cada proyecto”.

“Cada canal de distribución cumple un papel estratégico en nuestra expansión global -comparte la opinión del grupo Sara Soria, Responsable del Dpto. de Proyectos y Marketing de MARINER-. Las tiendas especializadas permiten una experiencia más sensorial y personalizada, donde los clientes pueden apreciar de cerca la calidad y el detalle de nuestras piezas. Los almacenistas facilitan la llegada de nuestros productos a proyectos de gran envergadura, mientras que la venta online ha cobrado mayor relevancia, acercando la exclusividad de MARINER a clientes de todo el mundo. La combinación de estos canales nos permite ofrecer un servicio eficiente sin perder la esencia de nuestra marca, forjada a lo largo de más de 130 años”.

Juan Martín, Administrador de ALMAR LÁMPARAS, opina igualmente al respecto que “los canales de venta tradicionales tienen un peso específico alto en la demanda de lámparas: las tiendas especializadas en iluminación, por ejemplo, son un canal fundamental para arquitectos, interioristas y clientes que buscan asesoramiento técnico y personalizado para sus proyectos, mientras que los almacenistas de material eléctrico son un canal muy importante para clientes del sector contract, constructoras e instaladores profesionales. La venta online ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, especialmente después de la pandemia de COVID-19, y es previsible que siga creciendo con fuerza en los próximos años, gracias a la comodidad de poder comprar desde casa, y a la posibilidad de poder comparar productos y precios fácilmente”.

“Cada canal tiene su papel, pero la venta online ha ganado muchísimo terreno, especialmente para llegar a un público más amplio -concluye el CEO de DAJOR LIGHTING FACTORY, Daniel Berenguer-. En el caso de productos estandarizados, como los de nuestra marca Luz Vintage, es una herramienta clave para ofrecer piezas con estilo y disponibilidad inmediata a clientes de cualquier rincón.

Sin embargo, nuestras lámparas diseñadas a medida tienen un valor añadido que va mucho más allá: lo que realmente marca la diferencia es mostrar, a través de nuestro catálogo online, los proyectos que hemos realizado. Ese catálogo no es solo un escaparate, es una galería de inspiración que permite a nuestros clientes visualizar lo que podemos hacer juntos. Para nosotros, el mayor peso está en las colaboraciones directas con profesionales del diseño. Es ahí donde podemos ofrecer todo nuestro potencial, adaptándonos al detalle a cada proyecto”. #

Birdie

by Jorge Herrera

