



Iluminação de varejo como atrativo nas vendas

POR: REGINA COELI BARROS E MOHANA BARROS



Foto: Divulgação

Conforme descrito no site Wikipédia, varejo é a venda direta ao consumidor final de produtos ou a comercialização de serviços em pequenas quantidades. No mundo globalizado em que vivemos, a arquitetura de varejo possui função de vender; do contrário é apenas um belo projeto com final determinado. A cada dia, as lojas tentam ao máximo atrair

seus clientes para o interior e mantê-los fiéis ao espaço de forma agradável e convidativa. Desta forma, um Projeto de Iluminação definido junto ao Projeto de Arquitetura pode proporcionar ganhos no aumento das vendas, na eficiência energética do sistema e no conforto visual do consumidor.

As questões relacionadas à utilização dos espaços, especialmente aque-

las relativas às condições de conforto luminoso, acústico e de ventilação são essências para uma atividade que envolva a satisfação do homem. Louis Kahn já dizia: “A qualidade do espaço é medida pela sua temperatura, sua iluminação, seu ambiente, e o modo pelo qual o espaço é servido de luz, ar e som deve ser incorporado ao conceito de espaço em si”.

Quanto melhores forem as condições propiciadas pelo ambiente, menor será o esforço físico que o olho terá que fazer para se adaptar as condições ambientais e desenvolver bem a atividade em questão.

O comércio varejista é composto por lojas dos diversos segmentos (roupas, acessórios, eletroeletrônicos, calçados, produtos para o lar, eletrodomésticos, materiais de construção, presentes diversos, livrarias, papelarias, mobiliários, automóveis, etc) e supermercados de grande e pequeno porte.

Para elaboração de um Projeto Luminotécnico específico para varejo, o primeiro passo é conhecer o tipo de estabelecimento que sofrerá intervenção, a localização, o nível sócio-econômico do público, a tipologia do espaço e como este é acessado.

Após conhecimento dos pontos abordados acima, parte-se para compreensão do Projeto de Arquitetura, com identificação da setorização dos espaços, das cores e revestimentos utilizados, do fluxo da loja, do posicionamento dos caixas, provadores, produtos de destaque e vitrine.

De forma a iluminar adequadamente um ambiente comercial, conforme as necessidades dos lojistas e do consumidor, o Projeto Luminotécnico, elaborado por profissional especializado, deve atender a norma ABNT NBR ISO/CIE 8995-1 2013 referente à Iluminação de Ambientes de Trabalho, obedecendo a orientações técnicas como níveis de iluminância, índice de reprodução de cores, contrastes, níveis de ofuscamento e temperatura de cor adequada.

No caso de lojas de roupas e departamentos, os pontos principais a serem considerados no Projeto Luminotécnico são:

- ✖ **Vitrines:** primeiro impacto visual e atrativo do cliente. Define a tipologia da loja e o público alvo a ser atingido. Variação de 500 a 3.000 lux.
- ✖ **Iluminação geral da loja:** deve

fornecer parâmetros que permitam compreender o espaço como um todo e revelar detalhes do ambiente. O projeto de iluminação geral deve considerar os diversos equipamentos de interferência como sistema de resfriamento, instalações prediais, forros e possibilidades de instalação dos equipamentos de luz. De acordo com a norma deve atender uma faixa de 300 lux a 500 lux.

- ✖ **Iluminação de destaque:** pontos específicos da loja que merecem atenção especial e promovam o direcionamento do olhar ao interesse do lojista. Ex: mobiliários de promoção, manequins espalhados pela loja, produtos especiais.
- ✖ **Provadores:** área determinante para definição da compra. Uma

adequada iluminação neste espaço permite um reflexo de imagem agradável ao cliente e impulsiona a venda.

- ✖ **Caixas:** Local com iluminação específica de trabalho, em torno de 500 lux e de fácil visualização pelos clientes.

Já no caso de livrarias e papelarias, além da iluminação geral horizontal, deve-se considerar também os níveis de iluminância verticais e a uniformidade nas prateleiras onde os livros e revistas são expostos.

A iluminação vertical direcionada para os livros e revistas pode ser adotada por diversas soluções de acordo com a criatividade e possibilidades de instalação do projeto. A luz pode ser direcionada através de trilhos com pro-



Foto: Divulgação

jetores instalados no teto, com luminárias assimétricas que direcionam a luz para um único lado ou mesmo através de perfis de LEDs fixados no próprio mobiliário.

No caso de lojas de automóveis, materiais de construção, mobiliários, a iluminação também levará em conta seus aspectos pessoais e não poderá ser tratada com um espaço com apenas uma luz uniforme que atende a norma mas não possui encantos visuais. Atualmente as lojas destinadas a vendas de automóveis, atraem os consumidores com uma iluminação dinâmica nos locais destinados a entrega de veículos ou de um carro destaque. Já é possível identificar várias lojas em âmbito nacional com utilização de LEDs RGB (Red, green, blue) que permitem alternância de cores no espaço e direciona o olhar do observador para o interior da loja.

A segunda área abordada destina-se à iluminação específica para supermercados de pequeno e grande porte. Bem como mencionado anteriormente, a área de alimentos possui particularidades com as lojas de roupas e departamentos e devem ser analisadas no quesito iluminação individualmente

e atendendo as normas técnicas para que o passeio ao local se torne prazeroso e permita, além das compras gerais programadas, as compras por impulso. Quanto mais tempo o cliente permanece na loja, mais ele está suscetível a comprar.

✖ **Iluminação geral do supermercado:** deve ser uniforme e contínua permitindo que os clientes circulem com segurança entre as gôndolas. Nestes caso a iluminância vertical deve ser considerada para que os clientes possam ler os produtos nas prateleiras.

✖ **Área de frutas e vegetais:** a indústria da iluminação tem investido em produtos com Leds que permitem transmitir ao cliente a perfeita cor dos alimentos e o aspecto de frescor desejado com a utilização de temperatura de cor adequada e alto índice de reprodução das cores.

✖ **Queijos, pães e doces:** Queijos e pães são produtos perecíveis ao calor, deste forma a iluminação através de LEDs com temperatura de cor mais quente e amarelada permite que os produtos fiquem

mais atrativos e os pães com ar de crocância aos olhos do consumidor.

✖ **Carnes e peixes:** A aparência da carne é fator determinante na hora da compra. A luz branca quente com suave brilho vermelho fornecida por equipamentos em LED permite ao consumidor um sensação de aspecto natural e saudável da carne. No caso de peixes uma luz mais branca cria uma atmosfera de produto mais brilhante e atraente que junto ao gelo das bancadas transmite frescor.

✖ **Vinhos:** O tipo de fonte de luz é determinante para iluminação de áreas de vinhos que não podem sofrer alterações de temperatura para não perderem sua qualidade, como a permitida pelas luzes de Led. A temperatura de cor da luz deve ser branca amarelada para criar um aspecto de tonalidade vermelha das garrafas ainda mais atraentes. O aspecto destas áreas deve ser sofisticado aos olhos do consumidor.

✖ **Produtos promocionais:** Pontos especiais de vendas espalhados pelo supermercado para compras de impulso. Podem receber destaque a partir da luz do próprio mobiliário ou luz direcionada especialmente para estes espaços.

✖ **Saídas e caixas:** Área na qual os funcionários passam longas horas trabalhando. Iluminação deve ser uniforme, em torno de 500 lux e com baixo índice de ofuscamento para evitar desconfortos visuais.

✖ **Depósitos:** Os depósitos são áreas vitais dentro do supermercado, pois precisam estar limpos, organizados e bem iluminados de modo a evitar problemas com pragas e roedores bem como facilitar a arrumação e seleção dos produtos. A norma orienta níveis de iluminância em torno de 200 lux.



Foto: Divulgação