

# ALFREDO BERGES

DIRECTOR GENERAL DE ANFALUM



“La iluminación es ahora mismo un facilitador de servicios y nuevas tecnologías “

De la lámpara incandescente o la descarga por gases al campo abierto que ofrece el led, la historia de la iluminación que ha recorrido la patronal española del sector de la iluminación, Anfalum, dirigida por Alfredo Berges, no es sino el reflejo de un mundo industrial que ha encontrado en esta nueva etapa dominada por el led un signo de los tiempos actuales, marcados por la sinergia, la conectividad o la oferta de servicios que aporten desde bienestar hasta salud. Anfalum se convertiría de esta forma en una asociación “paraguas”, asegura Berges, quien nos describe la situación actual del sector de la iluminación no solo desde su calidad de director de la misma, sino también como presidente de la UNE, o como miembro del comité ejecutivo de la organización sectorial europea Lighting Europe.

**En la última asamblea general de Anfalum realizada el pasado año ofrecían unas perspectivas para el cierre del sector de la iluminación en 2022, con un crecimiento del 4% (unos 1.341 millones de euros), aunque hablaban en su momento de un escenario variable. ¿Se han cumplido estas perspectivas?**

Creemos que el porcentaje de crecimiento será un poco

mayor: tal vez del 4,6 o 4,7 % . Estamos consolidando los números, y creo que esta es una noticia positiva para el sector. También observamos que la exportación sigue funcionando. Sin embargo, en lo que tenemos incertidumbre es sobre el año siguiente. En principio las cosas no parece que vayan a ir tan mal, pero hay una serie de indicadores externos que no ven las cosas tan claras. Para el INE, OCDE, Funcas, Banco España, Comi-



sión Europea, etc. en 2023 estaríamos con 4,3 puntos menos de lo que se pensaba. Si añadimos que en el IPC la media es también un 4,7, es decir, que es una inflación que no está mal para lo que está pasando, hay que ir pensando si todos estos datos no nos llevarán a tener que trasladar este efecto a los clientes.

Por todo ello, hay una cierta incertidumbre en las perspectivas para este año que viene, aunque confiamos que la exportación va a seguir funcionando. El mercado, sobre todo en categorías como puede ser la parte de alumbrado exterior, debido a que es época de renovación de instalaciones, etc., o bien con la consolidación de la llegada de fondos europeos, le permitirá cerrar algo mejor en cuanto a las previsiones, pero se tienen que dar una serie de características.

### **¿Se ha visto muy afectado este sector por el elevado precio de la energía?**

El nuestro es un sector manufacturero, y no primario, como puede ser la siderurgia, el cemento, en donde la energía es determinante. Así, nosotros no estaremos afectados por el consumo del propio proceso productivo, pero sí por el entorno, porque el aumento del precio de la energía subirá parte de los componentes, el transporte y, desde luego, subirá por una serie de condiciones. Aunque esta es una industria de síntesis, en donde el valor añadido está en la capacidad de diseño, la innovación, en la producción, hay componentes de los que dependemos en gran medida y que sí que han subido.

### **¿Y se han visto afectados por el suministro de componentes?**

Sí, ha habido escasez de componente. El sector ha sufrido carencias o necesidades de componentes, sobre todo ahora desde la aparición de led, porque este es un producto digital, que ya nació como digital. Estamos en un mundo donde ya no hay las fuentes tradicionales de energía, sino que ahora es un led, que es un cristal piezoeléctrico al que se cita alguna corriente y emite una radiación que se puede graduar. Y estos componentes ya no están, lógicamente, fabricados en la Unión Europea, sino que hay que aprovisionarlos de los grandes productores de componentes.

### **En la asamblea general de Anfalum del pasado año también hablaban de la difícil situación vivida por las pymes españolas, ¿Considera que esta difícil situación afecta también -o especialmente- al sector de la iluminación?**

En Anfalum tenemos empresas de todas las tipologías: multinacionales, familias y de todos los tamaños. Pero de entre los temas relevantes que afectan a la pymes, uno de los más destacados es el de la morosidad, por-

## **“EL ALUMBRADO ES YA ALGO DIGITAL Y, POR TANTO, INTELIGENTE”**

que, lógicamente, les afecta, dado que el incremento del acceso al crédito es más complicado y las condiciones de pago que supone la morosidad pueden incrementarse. En el fondo, como un suministrador que estamos al final de la cadena de valor, y en esta posición la morosidad se produce, por lo que esa capacidad de poder disponer del recurso financieros tiene que venir a través de las entidades financieras.

### **Desde Anfalum llevan tiempo luchando contra las irregularidades que se observan en los productos comercializados online. ¿Qué pueden hacer al respecto? ¿Considera que la DSA (Digital Services Act) o Ley de Servicios Digitales aprobada el pasado noviembre puede paliar los efectos de estos incumplimientos?**

El producto online se puede vender porque el fabricante lo pone online, con lo cual adquiere una responsabilidad. Pero hay otros productos que se sitúan en marketplace donde simplemente hay una plataforma, en la que sitúo mis productos, y en la que lo único que media es una transacción a través de una tarjeta de crédito, o cualquier otro procedimiento. Y en estos casos en muchas ocasiones no hay un control exhaustivo, a no ser que haya un fabricante responsable. Esto a nosotros nos está haciendo cambiar la forma de comercio y, sobre todo, la capacidad interactuar con nuestro proveedor o con el que pone el producto en el mercado.

A nivel europeo, hemos pulsado la opinión en Bruselas con respecto a la Digital Services Act y creemos que no está funcionando, porque lo que va a hacer es regular las condiciones de pago, la transacción, no la calidad o la conformidad del producto con la regulación de la directiva, o incluso con las especificaciones que se señalan. Nosotros hacemos campañas de seguimiento al mercado -a través de la Lighting Europe vamos a hacer la segunda campaña- y ahí se detectan muchos incumplimientos de muchos productos que, incluso, a veces son huérfanos de marca, por lo que la responsabilidad se diluye.

En UNE hemos implementado -y me empeñé especialmente- en crear el Observatorio de Vigilancia del Mercado, en el que participan más de 40 sectores que tienen la problemática en cuanto a las carencias importantes en regulación. Y ponemos ahí de manifiesto

que en España se hace inspección de mercado, pero hay que tener la conciencia, y sobre todo la cultura, de buscar productos que respondan a los estándares de calidad mínimos.

### **¿Y cómo puede actuar UNE al respecto?**

Lo que hay que hacer es tomar conciencia de que cada vez que ponemos productos en el mercado fuera de todo control el primer engañado es el consumidor. En la mayoría de las ocasiones este no tiene capacidad para discernir si un producto está conforme o no con la legislación. Por eso las normativas comunitarias establecen la responsabilidad del fabricante o del distribuidor que pone el producto en el mercado. Pero, cuando estamos en marketplace o en el comercio online, en ocasiones ahí se diluye mucho la responsabilidad. En España sí se hace inspección de mercado, pero no es suficiente. En el Observatorio de Vigilancia del Mercado, que yo presido y que creamos hace cuatro años, ya tenemos dos informes anuales presentados (el último salió a finales del año) en el que se pone de manifiesto que la colaboración público privada en este tema de vigilancia del mercado es lo único que va a funcionar. Y es una novedad a nivel europeo, por lo que puede marcar un hito en cuanto a la vigilancia de mercado.

### **En su toma de posesión como presidente de la UNE hablaba de crear un “mundo más seguro, sostenible y competitivo”. ¿Cómo se puede luchar desde una entidad como la UNE en este punto que hablábamos anteriormente de los incumplimientos en la venta online?**

A mí me parece que UNE, como asociación, es un éxito de colaboración público-privada. La normalización española, gracias al empuje de UNE, tiene una reputación espectacular a nivel europeo, e incluso una influencia a nivel mundial. Creo que tener un mundo más seguro, más sostenible más competitivo es tarea de todos. Y en UNE se dan todas las características para que todo el tejido productivo español que está representado, más la sociedad, las empresas, la Administración, la universidad apoyen este criterio. Los retos que tenemos en UNE, como sostenibilidad, transformación digital, etc., tienen que llegar a nuestro tejido productivo, y cuanto antes mejor. Pero a la sociedad también, por lo que tienen que ir evolucionando hacia aspectos como la igualdad de género, la innovación, el buen gobierno corporativo, el acceso a los mercados internacionales, etc.

### **Anfalum ha firmado recientemente con el Observatorio de Arquitectura Saludable (OAS) un acuerdo para promover una iluminación saludable y sostenible ¿En qué se concretaría este acuerdo?**

El alumbrado tiene una hoja de ruta que fijamos en una reunión de la Lighting Europe en Madrid hace como siete años u ocho años, en la que establecíamos que el primer punto u objetivo que tenemos que cubrir era la ledificación del sector, qué significa cambiar las tradicionales fuentes de iluminación por el led: la implantación e implementación del led. Y la verdad es que ha sido un paso vertiginoso en nuestro sector, porque las perspectivas apuntaban a una implantación menos progresiva, y en estos momentos, y desde hace cinco o seis años, casi todas las licitaciones son con led; solamente queda una pequeña parte de reposición para productos que ya estaban en el mercado. A su vez, como el led tiene una componente electrónica digital muy importante, pues se respondía con ello a la Intelligence Lighting, es decir, a la capacidad del alumbrado para que, gracias a un chip, pueda comunicarse con el entorno. Y, ya que contamos con ese chip que puede interactuar con otros dispositivos, programarse etc., llegaría al punto final: el Human Centric Lighting, es decir, el alumbrado centrado en las personas.

Porque no podemos olvidar que cada vez vamos a vivir más tiempo dentro de los edificios, y por ello el alumbrado lo que tiene que producir es, por una parte, bienestar, y el bienestar se consigue con un ambiente relajado, y nosotros podemos graduar, reducir y ampliar, en definitiva, controlar la luz. Pero, por parte, el alumbrado también aporta salud: evitando cierto tipo de enfermedades, corrigiendo otras, mejorando las condiciones de vida, buscando otro tipo de condiciones. Por ello, cuando tuvimos los primeros contactos con el Observatorio de la Arquitectura Saludable juntamos las dos tendencias: por un lado, la de los arquitectos, y, por otro, la nuestra, buscando implementar todo eso a todos los niveles. Creo que todo esto no debe ser un lujo: es una necesidad que trascienda a la sociedad y que busque siempre que, a través del alumbrado, se convierta en una parte muy importante para las personas.

### **¿Cómo se plantean las limitaciones que pueden provocar las tendencias hacia el control de la contaminación lumínica?**

La limitación de la llamada contaminación luminosa, que denominamos emisión lumínica hacia el hemisferio superior, está garantizada porque nuestros productos son capaces de tener el grado que considere el cliente para poder evitar, regular o limitar esa emisión de flujos luminoso hacia el hemisferio superior. Nosotros somos capaces de hacerlo. Distinto es que cada aplicación deba tener ese grado de iluminación hacia el hemisferio superior, porque no es lo mismo una observación de un observatorio astronómico y su entorno a una zona comercial de una ciudad o un evento de ocio, donde



a lo mejor hay que llamar la atención, porque no hay que olvidar que la luz también contribuye a que la economía prospere. Lo que hay que hacer siempre es que la reglamentación de incidencia energética analice distintas situaciones, y cada una tenga una solución distinta. También hay que analizar el entorno, porque hay que contar con la emisión lumínica de los edificios hacia el exterior, además de que, dentro de lo que es la contaminación lumínica, no todo es debido al alumbrado, sino que también juega un papel importante los pavimentos, las fachadas, etc.

**¿De qué forma puede contribuir la domótica y los nuevos desarrollos digitales para conseguir los objetivos de sostenibilidad y eficiencia energética, y, por otro lado, cómo es entendida la iluminación en la arquitectura industrializada?**

Si hablamos de domótica, esta tendencia está ya plenamente incorporada. El alumbrado es ya algo digital, y por tanto inteligente, por lo que lo que puede hacer es habilitar la prestación de otros servicios. ¿Por qué no en el despliegue 5G en las grandes ciudades, por ejemplo? Se abren muchas aplicaciones en todo el tema de conectividad o de nuevas tendencias, de capacidades para prestar servicios en un ayuntamiento (mejorar el tráfico, seguridad, conectividad con servicios públicos...), pero también en el hogar exactamente: ayuda a los enfermos, etc. La iluminación es ahora mismo un facilitador de servicios y nuevas tecnologías.

Con respecto a la arquitectura industrializada, creo que en lo que compete a tener la iluminación dentro de unos proyectos de arquitectura modulares, somos capaces, lógicamente, de ajustarnos a cualquier tipo

de proyecto. Y con respecto a la iluminación dentro del ámbito industrial, podemos conectar la luz natural con la luz artificial para ahorrar energía y, sobre todo, tener unas condiciones de mayor sostenibilidad. Pero, también, llegar a digitalizar el proceso dentro de una empresa, con la conectividad que nos da que siempre habrá un punto de luz. La iluminación permite el despliegue de todas las tecnologías y, sobre todo, no hay que duplicar instalaciones, porque la iluminación, en casi todos sitios y en cualquier situación, siempre va a estar presente.

**Recientemente han renovado el logotipo e imagen de Anfalum. ¿Se ha producido este cambio porque se necesitaba dar un paso adelante y marcar un territorio totalmente nuevo, o porque manejaban conceptos demasiado tradicionales y había que dar una perspectiva más de futuro?**

Tenemos una historia de 40 años en el sector, y eso nos ha llevado a muchas etapas intermedias. Pero de repente llegó el led y nos ha abierto un panorama excepcional: posibilidades de reproducción, diseño, etc. Por todo ello, pensamos que, sin renunciar toda nuestra historia, era un momento de plasmar esas novedades que se habían producido con la llegada del led. Así, en ese logotipo aunamos lo que son las nuevas tecnologías con el criterio del paraguas: somos y pretendemos seguir siendo y pretendemos incrementar esa función de cobertura 180 grados; cobertura e implementación en los demás sectores en donde sean posible esas funcionalidades. . 

