

ajustarse a las nuevas reglas

jacá señaló que se debe tener en cuenta el lugar que va a iluminar y el tipo de luz que quiere proyectar. No es lo mismo iluminar un espacio abierto a uno cerrado, ni si es una habitación, estudio, baño o cocina.

Dependiendo del gusto puede escoger luz blanca (fría) o amarilla (cálida). Sin embargo la luz amarilla crea calidez al ambiente, da calor de hogar, es ideal para ambientes calmados y relajados como habitaciones, salas,

salas de descanso para el caso de luz blanca es ideal para ambientes que requieran mucha actividad y agudeza visual como estudios, cocinas, baños, patios y jardines.

Para Bojacá, otro aspecto que se debe tener en cuenta es si el tipo de lámpara es apto para ciertos accesorios como testigos de luz o sensores de presencia, pues si la iluminación no es apta para ellos, se puede disminuir la vida útil del producto.

Esto se debe a la tecnología que se desarrolla, pues con las ahorradoras 80% de energía es generada en luz y 15% transformada en calor. Por lo cual, el consumo de energía es 80% menos que un incandescente; la diferencia se nota en las equivalencias, ya que un bombillo incandescente de 100w es reemplazado por un ahorrador de 23w. Adicionalmente si todos los puntos de luz son reemplazados por ahorro de energía se economizará en 80%, del 35% que pesa la iluminación en la factura de energía de los hogares.

De acuerdo con **Chen-Han Yu**, gerente general de **T&C Colombia**, las bombillas modernas requieren entre un 50% y un 80% me-

nos de electricidad que sus viejas incandescentes para generar la misma luz.

"Aunque son más caras, las nuevas bombillas acaban saliendo más baratas debido a su menor consumo y su incomparable longevidad. La vida de una bombilla incandescente normal alcanza una vida promedio de unas 1.000 horas, la vida de las bombillas fluorescentes ronda las 12.000 horas y las LED pueden llegar hasta 70.000 horas".

Además, las nuevas tecnologías arrojan mucho menos dióxido de carbono que las bombillas incandescentes, por lo que son más ecológicas.

TATIANA ARANGO
tarango@larepublica.com.co



Ahorro anual al sustituir las bombillas / por un uso de 8 horas al día



Más diseño en bombillos LED

Chen-Han Yu, gerente general de **T&C Colombia**, destacó los bombillos LED porque consumen menos energía que un incandescente o un ahorrador, debido a sus componentes. Los bombillos con tecnología LED, puede considerarse la mejor opción debido a su versatilidad, la facilidad de instalación, sus diseños, que los hacen más fáciles para integrar dentro de la decoración existente e incluso los convierte en un elemento más dentro del estilo de sus espacios. Además de estos bombillos, las compañías del sector construcción están desarrollando nuevos productos que permiten aprovechar la luz natural y redireccionarla al interior de las viviendas.

80 POR CIENTO

DE LAS BOMBILLAS VENDIDAS EN EL PAÍS SON INCANDESCENTES.

\$3.500 PRECIO

MÍNIMO DE UN FOCO HALÓGENO, QUE AHORRA 30% EN GASTO DE ENERGÍA.



SÍGANOS EN:

@larepublica_co

Con la información sobre los nuevos productos que lancen las compañías bajo Retilap.

PARA LEER



CONSUMO

INTRODUCCIÓN AL DERECHO DEL CONSUMO

El libro "Introducción al Derecho del Consumo" constituye una aproximación teórica a los principales conceptos del derecho de la protección al consumidor. Entre estos, la obra analiza que causa curiosidad la resistencia que han tenido algunos sectores, frente a la entrada en vigencia de la ley 1480 de 2011, conocida como el nuevo estatuto de protección a los consumidores.



JUAN CARLOS VILLALBA
NUEVA GRANADA
\$39.000

MARKETING

DESCUBRA SUS FORTALEZAS EN VENTAS

Durante cuarenta años, The Gallup Organization ha venido recabando información y ofreciendo consejos fundamentados en datos reales emanados de millones de entrevistas, miles de estadísticas y una base enorme de datos concretos sobre los factores que determinan el éxito de las personas en sus campos de trabajo, como en las ventas.



SMITH & RUTIGLIANO
ED. NORMA
\$56.000

CONSUMO

EL DERECHO A LA LIBRE COMPETENCIA

Esta obra de Mauricio Velandía presenta un completo análisis sobre temas como la competencia desleal, el abuso de la posición de dominio, los carteles y actos restrictivos, que influyen en las decisiones de compra y los niveles de consumo y venta de una compañía. Igualmente, plantea las integraciones económicas y protección al consumidor, mediante el respaldo teórico contemporáneo.



MAURICIO VELANDIA
U. EXTERNAO
\$57.000

COMERCIO. SE AMPLÍA LA CATEGORÍA DE PRODUCTOS PARA EL HOGAR

Blancox entró al nicho de los detergentes líquidos

BOGOTÁ. El portafolio de productos de la marca **Blancox** continúa creciendo. Después de lanzar las presentaciones de limpia pisos, desmanchador aviva color y el detergente líquido para lavar platos, ahora se suma una nueva opción para la limpieza del hogar, esta vez, para el lavado de prendas textiles.

Blancox Detergente Líquido es la última novedad de la compañía, la cual desarrolló una fórmula concentrada a base de oxígeno activo que facilita la remoción de las manchas sin mayor esfuerzo o la necesidad de volver a lavar la ropa con otros componentes.

Así mismo, la compañía destacó que el producto es antibacterial, lo que elimina su vez los malos olores de las pre-

das. Y para quienes están interesados tanto en el cuidado de la ropa como de las manos que entran en contacto con el detergente, se incluyó en la elaboración del producto el aloe vera, que actúa como agente hidratante.

"Siempre estamos a la vanguardia de los productos de aseo, desinfección y cuidado de la ropa, con innovadores productos y empaques que ayudan a nuestros consumidores a que su vida sea más sencilla. El nuevo Blancox Detergente Líquido, que ingresa como producto en la categoría del cuidado del hogar, no solo garantiza mayor cuidado de las fibras y los colores de la ropa, sino que además ofrece un mayor número de lavadas por el mismo precio", expresó una vocera del equipo de mercadeo de **Blancox**.

Este producto ya se distribuye en las tiendas de cadena, supermercados, autoservicios, mini mercados y principales puntos de venta del territorio nacional.

VANESSA PÉREZ DÍAZ
vperez@larepublica.com.co

Disponible en diferentes cadenas de supermercados

Aunque existe un precio sugerido al público, la empresa explicó que el costo de este nuevo producto varía según la cadena de supermercados donde se ofrezca. En este sentido, los consumidores pueden encontrar el **Blancox Detergente Líquido** en los almacenes de **Carulla** a un precio de \$8.000, la presentación para 16 lavadas (900 mililitros); o a \$16.360, la presentación para 34 lavadas o de 1.900 mililitros.

16 LAVADAS

OFRECE LA PRESENTACIÓN MÍNIMA DEL PRODUCTO BLANCOX DETERGENTE LÍQUIDO.



CONTEXIA