

El Rótulo 3.0

ÓRGANO OFICIAL DE



III^a época. Enero/febrero 2024



- Aserluz con la protección del patrimonio gráfico
- Notas de innovación en empresas
- La inversión publicitaria tiende a la digitalización

ÍNDICE

CARTA DEL PRESIDENTE

Asociación
ASERLUZ en el
Encuentro Internacional
de Proyectos de
Protección del
Patrimonio Gráfico

TENDENCIAS
**El Impacto de
la Inteligencia
Artificial
Generativa**

Urbanismo
Armonizando
señalización, rotulación
y placemaking para
revitalizar
las ciudades

FORMACIÓN
**La nueva
Academia
Online de
ASERLUZ**

Empresas
**VISIÓN, MISIÓN,
VALORES Y
COMUNICACIÓN
ESTRATÉGICA**

Empresas
Notas sobre
innovación en la
pequeña y mediana
empresa del sector
de la comunicación
visual

Marketing
La inversión
publicitaria continúa
su tendencia hacia la
digitalización

Hoy visitamos
MB3D

NOTICIAS





Luis J. Martín Fernández
Presidente de ASERLUZ

Estimados Colegas,

En esta nueva edición de nuestra revista, quiero dirigirme a todos vosotros con el ánimo de transmitiros el orgullo de presidir y pertenecer a **esta asociación** que tanto nos une y **que representa la enorme voluntad y capacidad de seguir avanzando** en esta complicada vida que nos hemos dado como empresarios, sabiendo que tenemos muchos colegas a nuestro lado que están deseosos de compartir su experiencia y ayudarnos cuando nos surge alguna cuestión o problema que no cuesta resolver por nosotros mismos.

Este año **cumpliremos** en abril nada más ni nada menos que **cuarenta y siete primaveras, un hito en el movimiento asociativo español y tenemos intención de seguir muchos años más**, defendiendo nuestra profesión y nuestras empresas, **ante el cúmulo de dificultades** que nos plantea la actual situación en muchos órdenes de cosas.

En el **plano económico**, por la **incertidumbre** que se ha instalado, no solo en España sino también en el resto de Europa, **con la continua amenaza de crisis energética** que no se está abordando de forma global y en la que cada país de la UE aborda este capital asunto de forma unilateral, **sin una política consensuada sobre las energías renovables**. Lo peor es que con la electrificación del parque móvil se sabe que la demanda de energía eléctrica se duplicará en pocos años. En este campo, como siempre, **China nos adelanta de forma contundente**, pues acaba de inaugurar una planta fotovoltaica que produce la mitad de la energía eléctrica europea.

En el campo de la competencia, **la continua pero inexorable entrada de productos procedentes de China** o fabricados por empresas chinas en nuestro país y otros del extremo oriente, van poco a poco introduciéndose, **basados en precios** muchas veces **inalcanzables** para nosotros y **con calidades muy cuestionables**. Aquí hay que hacer

especial mención a las pantallas electrónicas, que con la bajada de precios de los led's, cada vez se hacen más asequibles en comparación con los rótulos estáticos que siguen siendo nuestra oferta fundamental, en todas sus modalidades.

En otro orden de cosas, no quiero pasarlo alto los **altos costes laborales** que se han disparado con el aumento vertiginoso del "smi". **Consecuencia** de ello y de otros factores relacionados con la nueva normativa laboral es la **baja productividad**, uno de los grandes problemas que sufre nuestra economía.

Por otro lado, la **ingente cantidad de leyes, normas y regulaciones generadas por las tres administraciones del Estado**, nos complica la vida de manera a veces agobiante y sin visos de que se unifiquen en el conjunto del territorio español.

Por último, **quiero transmitiros un mensaje de esperanza e ilusión** así como mi reconocimiento y apoyo por el **enorme esfuerzo que sé realizáis día tras día**, porque no es nada fácil seguir adelante en esta intrincada carrera de obstáculos que representa ser empresario, seamos autónomos o al frente de micro, pequeñas y medianas empresas. ■

*Luis J. Martín Fernández,
Presidente de ASERLUZ*

STAFF

Luís Martín Fernández
Presidente

Manuel Ayllón
Gerente Senior

Gemma Turiégano
Secretaria

Secretario y Delegado Galicia 915 358 899

Alberto Taboada 608 442 717

Delegado Madrid info@aserluz.org

Sergio Rua

Delegado Castilla Leon

Primitivo Moya

Delegado Cataluña

Santiago Martínez

Delegado Valencia

Jose Luis Belizón

Responsable de la revista

El rótulo:

Miguel Ángel Gálvez

revistadigital@aserluz.org

Guía de Servicios



aserluz

Asociación Española de Empresarios
de las Iluminaciones y del Mobiliario

www.aserluz.org

UNA DANZA ENTRE LA HISTORIA Y EL DISEÑO MODERNO

Hoy para el **éxito** de cualquier empresa, proyecto, negocio y persona la **COMUNICACIÓN** es una de las **claves** y bajo esta premisa nace el proyecto de Marina Vela, transformando un espacio público en el puerto de Barcelona en un ambiente que invita a residentes y visitantes a sumergirse en la rica historia marítima de la ciudad.



Todo empezó gracias a la **mirada visionaria** de un equipo multidisciplinar, liderado por SCOB y Salva Fábregas, con este último Namar Brand Factory ya había trabajado anteriormente, en el emblemático World Trade Center en Barcelona, habiendo dejado la huella de nuestra **capacidad** en este profesional.

Este proyecto anterior y la manera como nos pudimos relacionar y complementar es lo que nos abrió las puertas para poder optar a la licitación de este proyecto, esta vez **unidos** a más **profesionales** que nos han aportado una perspectiva inestimable para honrar la memoria del puerto, como han sido el estudio de arquitectos SCOB, dirigido por los **innovadores** Sergi Carulla y Óscar Blanco, representados en todo momento por un **equipo comprometido**, dinámico y **eficiente**; y con el historiador y fotógrafo Joan Alemany, con su vasto conocimiento de la historia de los puertos y su pasión por la fotografía, ha aportado una **perspectiva única** para honrar la memoria del puerto de Barcelona.

La Autoridad Portuaria de Barcelona, junto a Alberto Navarro y Ernest Escalas de PORMED, han sido los impulsores de todo el proyecto. Su visión de **preservar** el legado histórico a la vez que aportar innovación ha sido la **chispa** de este notable proyecto. El objetivo era crear un recorrido que guiase a los visitantes a través de la evolución del puerto de Barcelona, desde sus inicios hasta la actualidad, utilizando elementos singulares como piezas clave para narrar esta historia.



En este proyecto se emplearon piezas fabricadas, creando una **experiencia sensorial**, que hablan de un **viaje** a través del tiempo. Así, nada es dejado al azar, el acero corten con su textura oxidada, simbolizando **resistencia**; el hormigón pulido que refleja un estilo contemporáneo; y el HPL fenólico adornado con impresiones digitales, cuentan una **historia**.

Cada pieza aporta un toque de **modernidad y elegancia** que logra transportarnos a una época que muchos hemos soñado. Este proyecto es una danza entre el leer, el **sentir** y el revivir de la historia del puerto de Barcelona con cada paso que se da. Admirar la **elegancia** del hormigón pulido y dejarse sorprender por las imágenes impresas con tanta precisión es una **obra de arte** posible por la **unión** de excelentes profesionales.



Puedes leer más sobre nosotros en nuestra página web: www.namar.es



Empresa homologada por
The Coca-Cola Company
Auditada el 19 de enero de 2012



namar
brand factory

instagram.com/namar.brand_factory

facebook.com/Namarbrandfactory

linkedin.com/company/namarbrandfactory

671 540 440

ASERLUZ en el Encuentro Internacional de Proyectos de Protección del Patrimonio Gráfico



Redacción
ASERLUZ

El pasado 23 de febrero tuvo lugar, dentro de la exposición “No va a quedar nada de todo esto”, ubicada en el espacio Centro-centro en el Palacio de Cibeles, sede del Ayuntamiento de Madrid, el Encuentro Internacional de Proyectos de Protección del Patrimonio Gráfico. En el evento intervinieron varios colectivos que velan por los rótulos históricos de nuestras ciudades. En este evento, ASERLUZ, a través de su presidente, Luis Martín, ofreció la aportación de nuestra asociación a este desempeño.

Llevamos meses incluyendo en las noticias que os enviamos a través de nuestros newsletters y de nuestra propia revista, el interés de numerosos colectivos a lo largo de toda nuestra geografía en preservar nuestro patrimonio gráfico de rótulos como parte de nuestra memoria histórica. En esta ocasión, la exposición llevada a cabo por Paco Graco y la Red Ibérica en

Defensa del Patrimonio Gráfico, de la cual somos socios, ha conseguido un éxito de visitas, trasladando la importancia de la prevención de la destrucción de nuestros rótulos históricos al público general. Pero no son los únicos, colectivos como "Signa en Canarias", "Rótulos Chulescos" en Jaén, o iniciativas como "Compostela EtnoGráfica", en Santiago, o "Rotulicos" en Zaragoza han surgido en un periodo de tiempo cercano para evitar que nuestras obras caigan en el olvido.

Por eso nos pareció importante participar en este foro que tuvo lugar al amparo de un éxito como la exposición "No quedará nada de todo esto", que puede verse en el edificio del Ayuntamiento de Madrid hasta el 10 de marzo y por la que han pasado, según cálculos de los organizadores, cerca de 150,000 personas.

Queremos aprovechar el éxito de esta iniciativa para reivindicar el papel de nuestros socios y de los rotulistas en general como creadores de este patrimonio gráfico que ahora se revela a los ojos de la mayoría. Porque para que un rótulo exista, no sólo es imprescindible el diseño, también lo es quien decide invertir en la imagen



Para que un rótulo exista, no sólo es imprescindible el diseño, también lo es quien decide invertir en la imagen de su negocio y, por supuesto, quien se encarga de llevar a término el mismo, el rotulista. Nuestros socios.

de su negocio y, por supuesto, quien se encarga de llevar a término el mismo, el rotulista. Nuestros socios.

Durante este encuentro surgió la chispa de lo que puede ser un proyecto privado importante para la identidad de nuestra industria, el Proyecto de la Choricera, un espacio ubicado en la ciudad de Segovia con más de 50,000 metros cuadrados de extensión que se ofrece para ser un punto de exposición permanente de los rótulos que se vayan rescatando (Museo), una showroom y un punto de formación de esta profesión. La iniciativa fue presentada por Alicia Sonlleva y Antonio Páez, expresidente de Aserluz, involucrado en este proyecto, quien destacó que Aserluz puede ser un catalizador para que se convierta en realidad.

Tras esta intervención, nuestro presidente Luis Martín tomó la palabra presentando nuestro colectivo, que hasta hace unas semanas era desconocido para los organizadores de la exposición. Incidió en la oportunidad que supone tanto para estas asociaciones defensoras del patrimonio gráfico, como para Aserluz como colectivo y para la iniciativa privada que está detrás de este proyecto, aunar esfuerzos y crear alianzas que apuntalen esta idea de "La Choricera", que traerá beneficios a todas las partes.





Tras la intervención de nuestro representante, intervinieron en la conferencia colectivos de distintos territorios que expusieron las dificultades de rescatar, recuperar y almacenar nuestros tesoros gráficos.

Comenzó Galería Letreiro de Lisboa, dándole carácter de internacionalidad al encuentro, continuaron colectivos como Valladolid con carácter.es; Laura Messenger, de Lleida; Aphantactic Letter y Sevillatipo, de Sevilla; Zamora Patrimonio Gráfico y Paco Graco por Madrid, organizador de la muestra que acogía el encuentro.

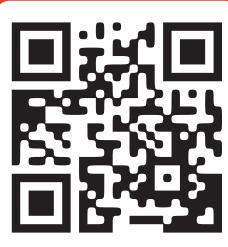
La exposición cierra el próximo 10 de marzo y aún no tiene claro su destino una vez finalice. "La Choricera" se ofreció como receptor de esta muestra.

Desde El Rótulo estaremos atentos al futuro de esta iniciativa y os mantendremos informados. ■

La Línea Recta hacia impresionantes exhibidores minoristas

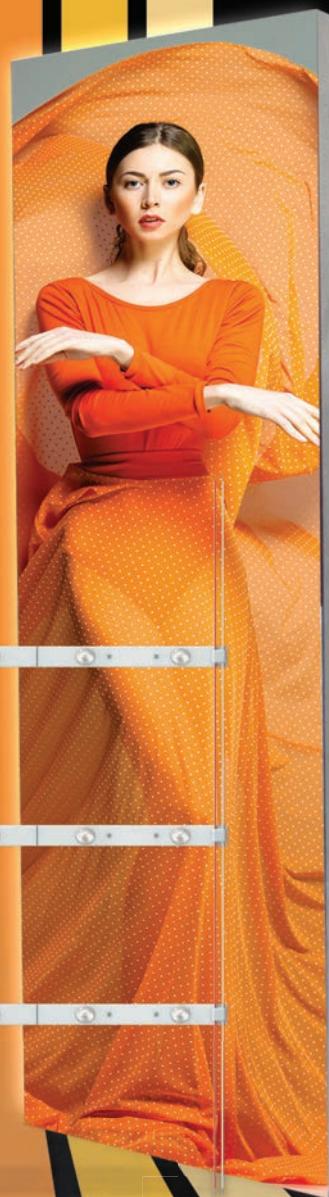
- Ideal para cajas de luz, frente textil a una cara con profundidades de 30 a 120 mm
- Versión LP (Low Profile), optimizada para aplicaciones a partir de 30 mm de profundidad, su tecnología equilibra luminosidad en aplicaciones con perfiles estrechos y soportes de poca profundidad, cada vez más demandados en zonas comerciales
- El gran incremento de la eficacia permite un 50 % más de módulos por fuente de alimentación respecto a la generación anterior, sin sacrificar su luminosidad
- Instalación rápida y sencilla sin soldaduras ni conexión entre tiras individuales

* SloanLED BrightLINE 2 Short solo se puede cortar en longitud.



APRENDE MÁS

**SloanLED
BrightLINE 2**
Iluminación LED
para cajas de luz
poco profundas
a una sola cara



24
VDC



Recubrimiento y protección
para resistir la condensación
que puede formarse en
instalaciones interiores

Se puede cortar a lo
largo y a lo ancho para
no desperdiciar nada*

BrightLINE 2 LP Long
compuesto por 44 tiras rígidas
pueden ser alimentadas por
una sola fuente de 100W/24V



Micro lente Prisma, para
obtener una difusión de
luz amplia y uniforme.

**TAMBIÉN
DISPONIBLE**



**SloanLED
BrightLINE Outdoor**

Argonstraat 110, 2718 SN Zoetermeer, NL +31

88 12 44 900



CINCO MARCAS. UNA MISIÓN. "Existimos para simplificar
la vida de nuestros clientes"
PRINCIPAL SLOAN SloanLED PRINCIPAL SERVICES VENTEX LED WIZARD

SloanLED®
A Principal Industries Company

El Placemarketing un nuevo concepto a tener en cuenta

Armonizando señalización, rotulación y placemaking para revitalizar las ciudades



Redacción

ASERLUZ

Aparece un nuevo concepto a tener en cuenta por las empresas dedicadas a la rotulación: "el placemaking". Este concepto no se refiere sólo a una técnica de diseño urbano; es una filosofía que coloca a las comunidades en el corazón de los espacios públicos. La intención es moldear nuestros entornos urbanos para que reflejen las identidades, deseos y necesidades de quienes los habitan. Para ello han de implicarse ciudadanos, urbanistas y entidades locales en una idea, transformar las plazas, parques y calles en lugares llenos de vida, promoviendo un sentido de pertenencia y bienestar colectivo.

Un reciente estudio publicado por la revista *Interdisciplinary Journal of Signage and Wayfinding* arroja luz sobre cómo la integración estratégica de la señalización y el placemaking puede catalizar la

ASERLUZ, al establecer su propio SELLO de CALIDAD, puede ayudar a sus miembros a diferenciarse como proveedores

transformación de las calles en espacios vibrantes y acogedores, fomentando no solo la interacción social sino también potenciando el comercio local.

Un estudio para el espacio urbano

Las ciudades son escenarios dinámicos donde cada elemento tiene su papel. En este contexto, el estudio "On-Premise Signage and Placemaking" emerge como una guía esencial para entender cómo la roulación comercial y el placemaking pueden coexistir de manera beneficiosa. Esta investigación destaca la importancia de un diseño urbano que equilibre la funcionalidad comercial con la creación de espacios públicos atractivos y acogedores.

La lente analítica: la esencia urbana

El análisis meticuloso de 200 fotografías de calles, apoyado por software de atención visual, ha permitido a los investigadores medir el impacto del placemaking en la visibilidad de las señalizaciones. Este enfoque innovador subraya cómo los elementos visuales y físicos de los entornos urbanos interactúan con la percepción humana, ofreciendo insights valiosos para futuras intervenciones urbanísticas.

Descifrando la Visibilidad: Un Equilibrio Vital

Los hallazgos revelan un hecho crucial: la densidad y la integración de elementos visuales son determinantes en la efectividad de la señalización. Una densidad visual elevada puede saturar la percepción del transeúnte, diluyendo la prominencia de las señales



comerciales. Por otro lado, una integración armónica entre señalización y elementos de placemaking fomenta una percepción equilibrada, donde ambas partes ganan visibilidad y relevancia. Esto sugiere que la clave no reside en la cantidad, sino en la calidad y cohesión del diseño urbano.

Recomendaciones Prácticas: Diseñando el Futuro Urbano

Basándose en los resultados, el estudio ofrece consejos prácticos para diseñadores y urbanistas. Entre ellos, se destaca la importancia de considerar la jerarquía visual, optando por señalizaciones que complementen pero no compitan con su entorno. Se sugiere la utilización de colores contrastantes y diseños claros que resalten sin saturar, y la colocación estratégica de señalizaciones a alturas y ubicaciones donde sean fácilmente perceptibles, pero armoniosas con el paisaje urbano.



En Wynwood, Miami, el arte callejero y la señalización creativa han transformado un barrio industrial en un vibrante centro cultural y comercial

Inspiración en la Práctica: Casos de Éxito Internacionales

Un ejemplo emblemático de estas prácticas es la revitalización del distrito de Wynwood en Miami, donde el arte callejero y la señalización creativa han transformado un barrio industrial en un vibrante centro cultural y comercial. Este caso ilustra cómo la integración de arte urbano y señalización diseñada meticulosamente puede atraer tanto a locales como a visitantes, impulsando la economía local mientras enriquece el tejido social y cultural.

Hacia un Futuro Integrador y Sostenible

El estudio concluye con una visión optimista hacia el futuro, subrayando el potencial del placemaking y la señalización en la construcción de ciudades más



La señalización y el placemaking se revelan como pilares fundamentales para el desarrollo urbano consciente y humano

inclusivas y sostenibles. Abogando por un enfoque amplio que integre la funcionalidad, estética, y sostenibilidad, el estudio destaca cómo prácticas inclusivas de diseño pueden fomentar la interacción social, impulsar el comercio local, y contribuir a la resiliencia urbana. Al proyectar hacia adelante, se enfatiza la necesidad de políticas y prácticas urbanas que abracen la diversidad, promuevan la inclusión, y aseguren que los espacios urbanos reflejen y sirvan a las comunidades diversas que los habitan. La señalización y el placemaking, lejos de ser meramente estéticos o comerciales, se revelan como pilares fundamentales para el desarrollo urbano consciente y humano, invitando a una reflexión profunda sobre nuestro papel en la reconfiguración del tejido urbano para las generaciones futuras.

Este enfoque integrador no solo subraya la importancia de la cohesión visual y funcional en el diseño urbano sino que también recalca el valor del espacio público como un lugar de encuentro, interacción y expresión cultural. Al equilibrar cuidadosamente la visibilidad comercial con el enriquecimiento del espacio público, las ciudades pueden cultivar entornos vibrantes que promuevan el bienestar colectivo y la prosperidad económica. El estudio concluye con una visión optimista hacia el futuro, subrayando el potencial del placemaking y



la señalización en la construcción de ciudades más inclusivas y sostenibles. Abogando por un enfoque amplio que integre la funcionalidad, estética, y sostenibilidad, el estudio destaca cómo prácticas inclusivas de diseño pueden fomentar la interacción social, impulsar el comercio local, y contribuir a la resiliencia urbana. Al proyectar hacia adelante, se enfatiza la necesidad de políticas y prácticas urbanas que abracen la diversidad, promuevan la inclusión, y aseguren que los espacios urbanos reflejen y sirvan a las comunidades diversas que los habitan. La señalización y el placemaking, lejos de ser meramente estéticos o comerciales, se revelan como pilares fundamentales para el desarrollo urbano consciente y humano, invitando a una reflexión profunda sobre nuestro papel en la reconfiguración del tejido urbano para las generaciones futuras. ■



OptiKa® CR2

Todo nuestro amplísimo know-how integrado en este módulo LED CRystal
Máxima transparencia y eficiencia: 180 lm/W



¡Puede alimentar 500 módulos (5 cadenas) con sólo 1 fuente!

Reproducción cromática que realza todos los colores: CRI hasta 95/100

MENOS MODULOS, MENOS FUENTES y MENOS EMISIONES CO₂



7 años
70.000h
LM70



Notas sobre innovación en la pequeña y mediana empresa del sector de la comunicación visual (I)

Si innovas y aprovechas tu propia experiencia y el conocimiento que tienes de tu negocio, si utilizas tu creatividad y aceptas que hay que cambiar, el futuro de tu empresa no estará garantizado, pero será más fácil su crecimiento y longevidad.

Aprovecha tu experiencia



Manuel Ayllón
Gerente Senior y Tesorero de
Aserluz

Con esta premisa, nos proponemos darte algunas ideas para que consigas poner en marcha tu plan de innovación.

A diferencia de las pasadas décadas, hoy tenemos nuevas tecnologías digitales basadas en aplicaciones para móviles y ordenadores que nos permiten nuevas formas de venta y comunicación con los clientes, estando a su alcance a un click.

Para ello nos tenemos que mentalizar que habrá que introducir mejoras organizativas y de gestión.

Atreverse con nuevas ideas y pensar que la internalización no es algo que solo pueden acometer las grandes empresas.



**Abre los ojos , mira
a tu alrededor
con imaginación
y aprovecha las
oportunidades
que ofrece tu
mercado**

¿Qué necesitas para innovar?

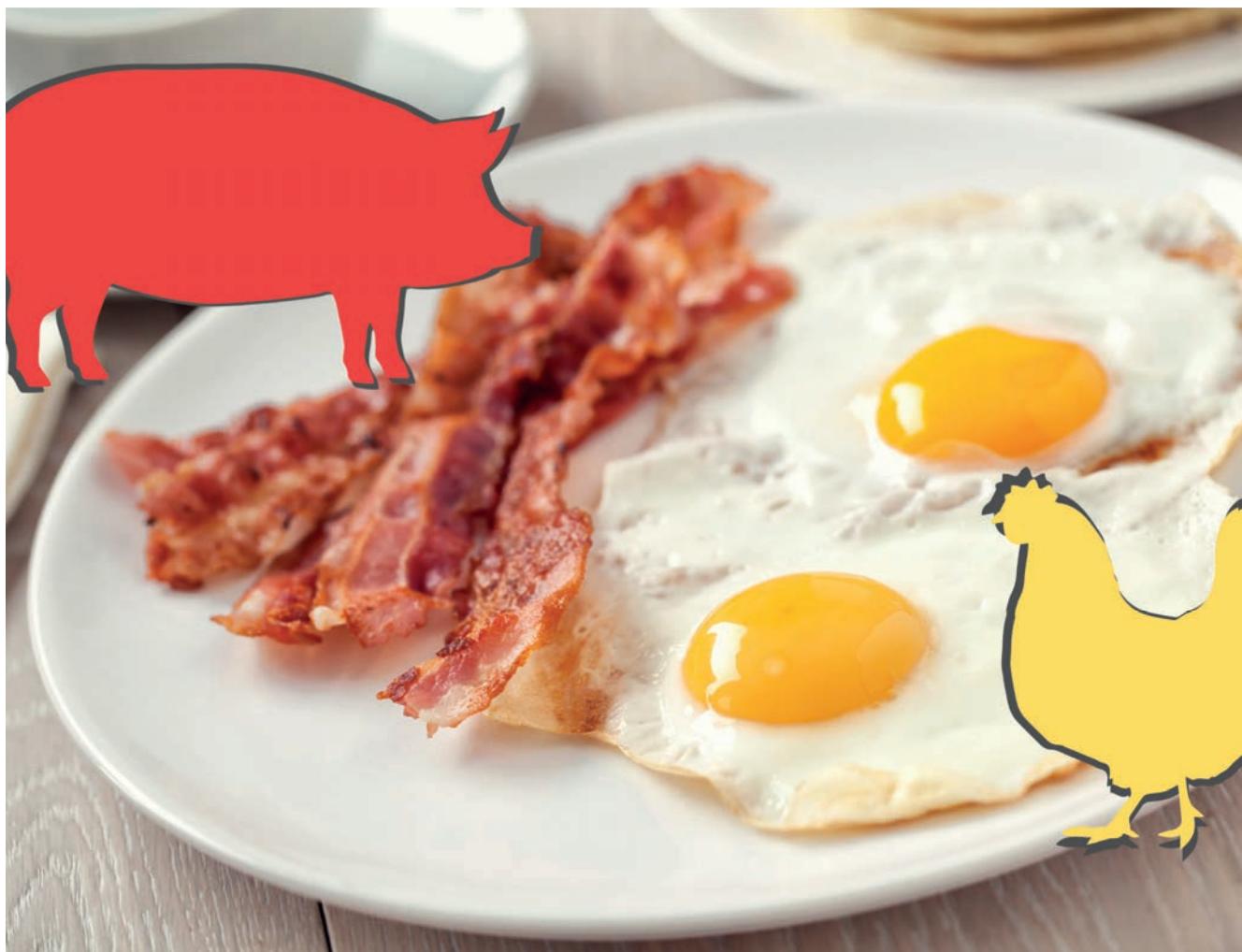
- Capital humano con ganas de comprometerse.
- Profundizar en el conocimiento del mercado.....o mercados.
- Espíritu emprendedor, algo que debe practicarse.
- Cooperación con otras empresas y organizaciones.

El capital humano

(El caso de los huevos fritos con beicon)

Hace tiempo, algún experto en dirección de personas, contaba un curioso ejemplo para diferenciar la implicación frente al compromiso:

Es el caso de los "HUEVOS FRITOS CON BEICON". Él decía que la gallina se implicó, pero el cerdo se comprometió.



La empresa que no innova, más pronto que tarde dejará paso a otra empresa

Comenzaremos diciendo que hay tres niveles de motivación en las personas en relación a su comportamiento frente a su empresa u organización donde trabaja. Primero hay que definir qué es la "motivación".

Es aquel estímulo que nos impulsa a realizar algo.

Los tres niveles de motivación son:

- **La motivación "extrínseca"**, aquella que se basa en estímulos externos, es decir, la mera retribución que se recibe en sus distintas modalidades. Tanto gano, tanto trabajo.
- **La motivación "intrínseca"**, aquella que se basa en el propio interés y conformidad con lo que se hace. Me gusta mi trabajo.

Hasta aquí tendremos en la empresa personas que se implican.



- La motivación “trascendente”, aquella que nos mueve con el fin de que nuestro comportamiento influya en la mejora de las personas que nos rodean. Ya no pensamos en nosotros, pensamos en los demás y por ende en la mejora de la organización o empresa en la que desarrollamos nuestro trabajo.

No solo lo hago por un salario o porque me gusta lo que hago; es porque siento los colores de mi empresa y **me COMPROMETO** con su filosofía y los valores que subyacen en ella.

Necesitamos que nuestro capital humano se comprometa con la empresa.

Tenemos que conseguir que nuestra gente “viva la empresa”, que trabaje por su compromiso con todo lo que representa “su empresa”. ■





Fabricante francés de máquinas-herramienta
de control numérico para profesionales
de la señalización y la comunicación

l'agence

© Mécanuméric / ADP Enseignes



DISEÑO
PERSONALIZACIÓN
PRODUCCIÓN
#8
19.20.21
SEPTIEMBRE 2023
IFEMA MADRID

MÉCANUMÉRIC

ZA ECO 2 Lieu-dit RIEUMAS
81150 Marssac s/ Tarn · FRANCIA
+33 (0)5 63 38 34 40

www.mecanumeric.es



HECHO
EN EUROPA

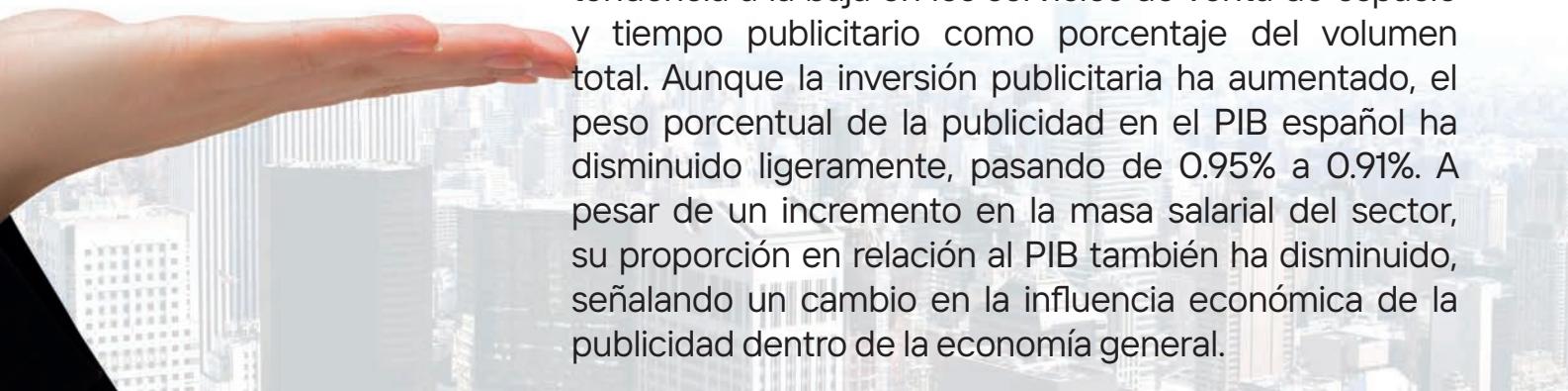
Esto indica último estudio del Observatorio de la Publicidad en España

La inversión publicitaria continúa su tendencia hacia la digitalización



Redacción
ASERLUZ

El “Observatorio de la Publicidad en España 2023” con datos de 2022, plantea un análisis exhaustivo del sector publicitario en España, abordando varios aspectos clave de la industria. Explora la actividad económica de la publicidad, su impacto en el PIB español, la evolución del empleo, la demanda de formación en publicidad y marketing, el panorama empresarial, la inversión publicitaria en diferentes medios, encuentros sectoriales relevantes y conclusiones generales y específicas sobre el estado y las tendencias del sector. Proporciona una visión detallada y actualizada de la publicidad española tanto como de sus tendencias y desafíos.



Volumen de negocio

El informe revela un aumento del 138% en el volumen de negocio de la publicidad y estudios de mercado, representando un incremento de 2.222 millones de euros. Sin embargo, este crecimiento no alcanza los niveles pre-pandémicos de 2018 y 2019. La inversión publicitaria ha crecido en 612 millones de euros, demostrando la relevancia económica de la publicidad, aunque hay una tendencia a la baja en los servicios de venta de espacio y tiempo publicitario como porcentaje del volumen total. Aunque la inversión publicitaria ha aumentado, el peso porcentual de la publicidad en el PIB español ha disminuido ligeramente, pasando de 0.95% a 0.91%. A pesar de un incremento en la masa salarial del sector, su proporción en relación al PIB también ha disminuido, señalando un cambio en la influencia económica de la publicidad dentro de la economía general.

Empleo publicitario

El informe también destaca un crecimiento notorio en el empleo en el sector publicitario en los últimos cinco años. Se ha registrado un aumento significativo en la cantidad de personas empleadas, especialmente mujeres, que constituyen más del 55% de la fuerza laboral. A pesar



de la creciente demanda de habilidades digitales en la publicidad y la comunicación, existe una brecha entre las necesidades del mercado laboral y la disponibilidad de profesionales con las competencias requeridas.

Formación y publicidad

También se incide en este informe en la estabilidad en el número de egresados en publicidad y marketing, con alrededor de 5,079 graduados, lo que indica una continuidad en comparación con años anteriores. Se observa una predominancia de graduados en universidades públicas, especialmente en Comunicación, mientras que también aquí persiste una mayor proporción de mujeres en todas las disciplinas estudiadas. Además, existe un descenso generalizado en las matriculaciones, con una disminución acumulada del 13.3% en todas las ramas, específicamente un 5.32% en Periodismo y 6.18% en Publicidad y Relaciones Públicas.

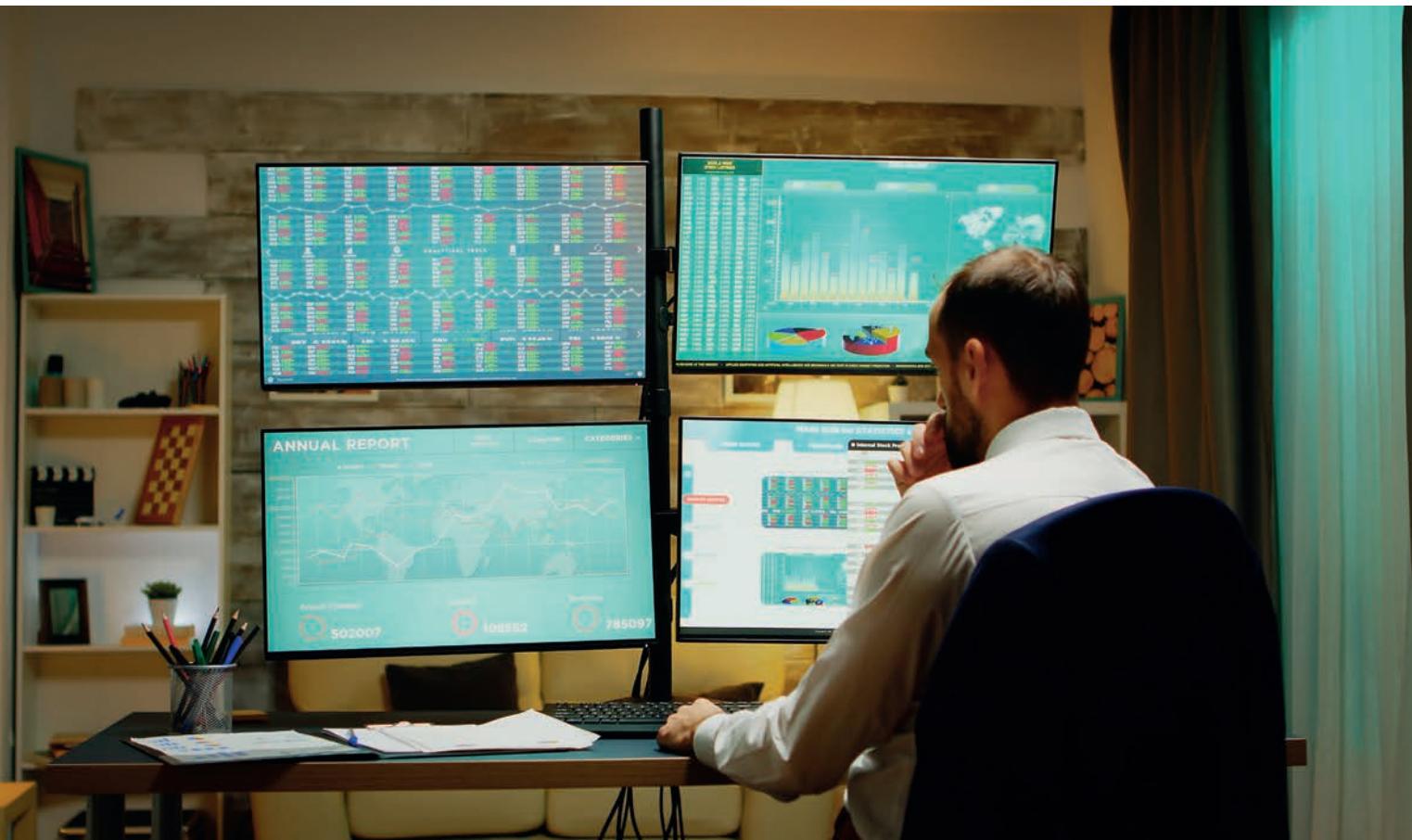


El tejido empresarial

En el sector publicitario hay mayoría predominante de pequeñas empresas y autónomos

Se resalta el aumento en la creación de empresas de publicidad en nuestro país, registrando un incremento del 7.6% respecto al año anterior, sumando 3,654 nuevas incorporaciones. Se destaca que el sector de Publicidad y Estudios de Mercado contribuye con un 1.5% al entramado empresarial español, ubicándose en el puesto 18 entre 90 sectores analizados, a pesar de un crecimiento general del 0.77% en el número total de empresas en el país. La distribución jurídica de estas empresas muestra que un 58.07% son personas físicas, un 36.79% son sociedades de responsabilidad limitada, un 4.19% corresponden a otras formas legales, y solo un 0.94% son sociedades anónimas. Estos datos subrayan la relevancia del sector publicitario en el tejido empresarial de España, con un notable crecimiento en la creación de nuevas empresas y la preponderancia de pequeñas empresas y autónomos en este sector.

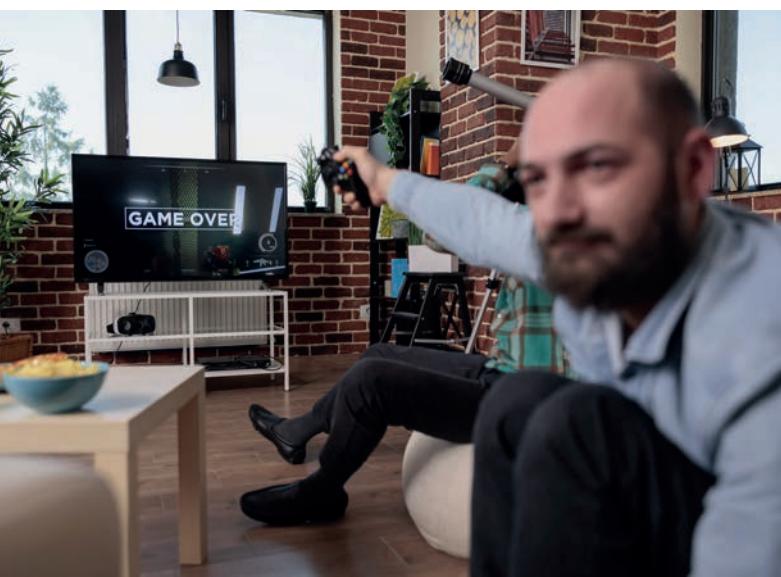




La inversión publicitaria

Respecto a la inversión publicitaria, señala que en España hemos tenido un incremento de 546.8 millones de euros respecto al año anterior, alcanzando una inversión total estimada de 12,214.2 millones de euros, representando un crecimiento del 4.69%. Se observa crecimiento en todos los medios analizados, excepto en la televisión, que experimentó una disminución del 3.3%. Específicamente,

el cine tuvo un aumento del 68.9%, y la publicidad exterior aumentó un 20.9%. Los medios digitales también registraron un crecimiento significativo, alcanzando una inversión de 3,097 millones de euros, lo que refleja la continua tendencia hacia la digitalización en la publicidad. Los datos señalan una recuperación y expansión en la inversión publicitaria, evidenciando cambios en la preferencia de medios, como el declive en la inversión televisiva y el auge en cine, publicidad exterior y medios digitales. ■





Si piensas en letras corpóreas,
letracorporea.com



¿Cómo lo hacemos?



info@letracorporea.com / T. 974 311 192



El Impacto de la Inteligencia Artificial Generativa: Comprender la Implantación y el Crecimiento Responsables

Redacción
ASERLUZ

La Fundación COTEC para la Innovación ha presentado un amplio y completo **estudio** sobre esta nueva tecnología que parece estar onnipresente en cualquier actividad. Desde aquí queremos resumiros cuales son las principales ideas de este ensayo reflexivo.

para mejorar la eficiencia es automatizando tareas repetitivas. Por ejemplo, la IA puede ser utilizada para

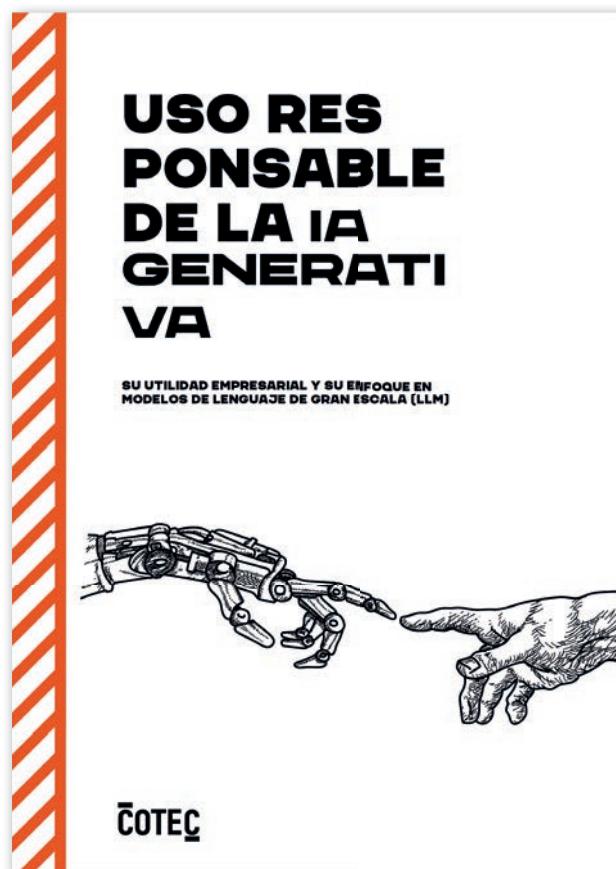


De qué hablamos

El primer paso sería diferenciar entre IA (Inteligencia Artificial) e IAG (Inteligencia Artificial Generativa). Mientras que la primera consiste en la capacidad de las máquinas y los sistemas informáticos de realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana, como el razonamiento, el aprendizaje o la creatividad. La IAG

La inteligencia artificial generativa (IAG) utiliza técnicas avanzadas de aprendizaje automático, especialmente las redes neuronales artificiales, para aprender de los datos y producir contenidos que sean realistas, coherentes y variados. Tiene múltiples aplicaciones en diversos campos, como la síntesis de voz, la creación de música, el diseño gráfico, la escritura de textos o el retoque fotográfico.

El estudio



La Inteligencia Artificial Generativa (IAG) ha emergido como un faro de innovación, prometiendo revolucionar industrias y procesos con su capacidad para generar contenido nuevo y personalizado. El estudio presentado por Cotec ilumina el vasto potencial de la IAG, que abarca desde la manufactura y el diseño hasta sectores como el entretenimiento y la medicina. Pero, ¿cómo se puede traducir este potencial en acción tangible dentro de empresas y organizaciones?

El estudio nos da pistas identificando dónde usarla, dando pistas de cómo implantarla, identificando que perfiles existen a la hora de implementar la IAG, cuáles son las principales ramas donde podemos adoptarla o quienes son los grandes proveedores de este tipo de tecnología. Pero en lo que más incide el estudio es en el apartado de recomendaciones y obligaciones para un uso

responsable de la IAG, donde habla sobre la precisión de sus resultados, la seguridad de esta nueva herramienta, como debemos abordar la privacidad y la protección de datos, la equidad necesaria que debe existir, la transparencia y trazabilidad de la misma, el respeto a la propiedad intelectual, su uso responsable, la sostenibilidad de estos procesos y reflexiona cómo va a impactar tecnológica, financiera y jurídica.

También dedica un amplio capítulo a la del Gobierno en esta nueva ecuación y cuál debe ser su papel para regular y garantizar el buen uso de esta nueva realidad.

Identificación de casos de uso: el primer paso hacia la transformación

La adopción de la IAG comienza identificando dónde puede usarse de forma que se alinee con los objetivos estratégicos y las necesidades operativas de una organización. Este proceso no sólo se buscan áreas donde la IAG puede aportar un valor inmediato, sino que también se consideran las implicaciones éticas y sociales de su implementación. Este enfoque asegura que la integración de la IAG sea tanto estratégica como responsable, abriendo el camino para innovaciones que estén acordes con los valores de dichas organizaciones y con la sociedad en su conjunto.

Preparar el terreno

Antes de dar el primer paso en la implementación de la IAG, las organizaciones deben someterse a una evaluación profunda para preparar la entrada de esta nueva tecnología. Este análisis abarca

Es importante garantizar que las salidas generadas por la IA generativa sean precisas y fiables

desde la infraestructura tecnológica hasta la cultura organizativa, asegurándose de que exista una base sólida para la adopción ética y efectiva de la IAG. Esta evaluación les permitirá identificar y mitigar posibles desafíos, garantizando que la organización no solo está lista para adoptarla, sino que también puede maximizar su potencial transformador de una forma responsable.

Las recomendaciones y alertas

En el apartado más extenso del estudio nos hacen reflexionar sobre los posibles riesgos para preparar soluciones.

Por ejemplo la importancia de garantizar que las salidas generadas por la IA generativa sean precisas y fiables, destacando la necesidad de evaluar y mejorar continuamente la calidad de estos resultados para minimizar errores y malentendidos.



En IA generativa se debe abogar por sistemas justos, evitando sesgos que puedan discriminar

La necesidad de proteger las plataformas y los datos contra accesos no autorizados y vulnerabilidades, incluyendo la implementación de medidas de seguridad robustas y el monitoreo constante de las amenazas para prevenir brechas de seguridad.

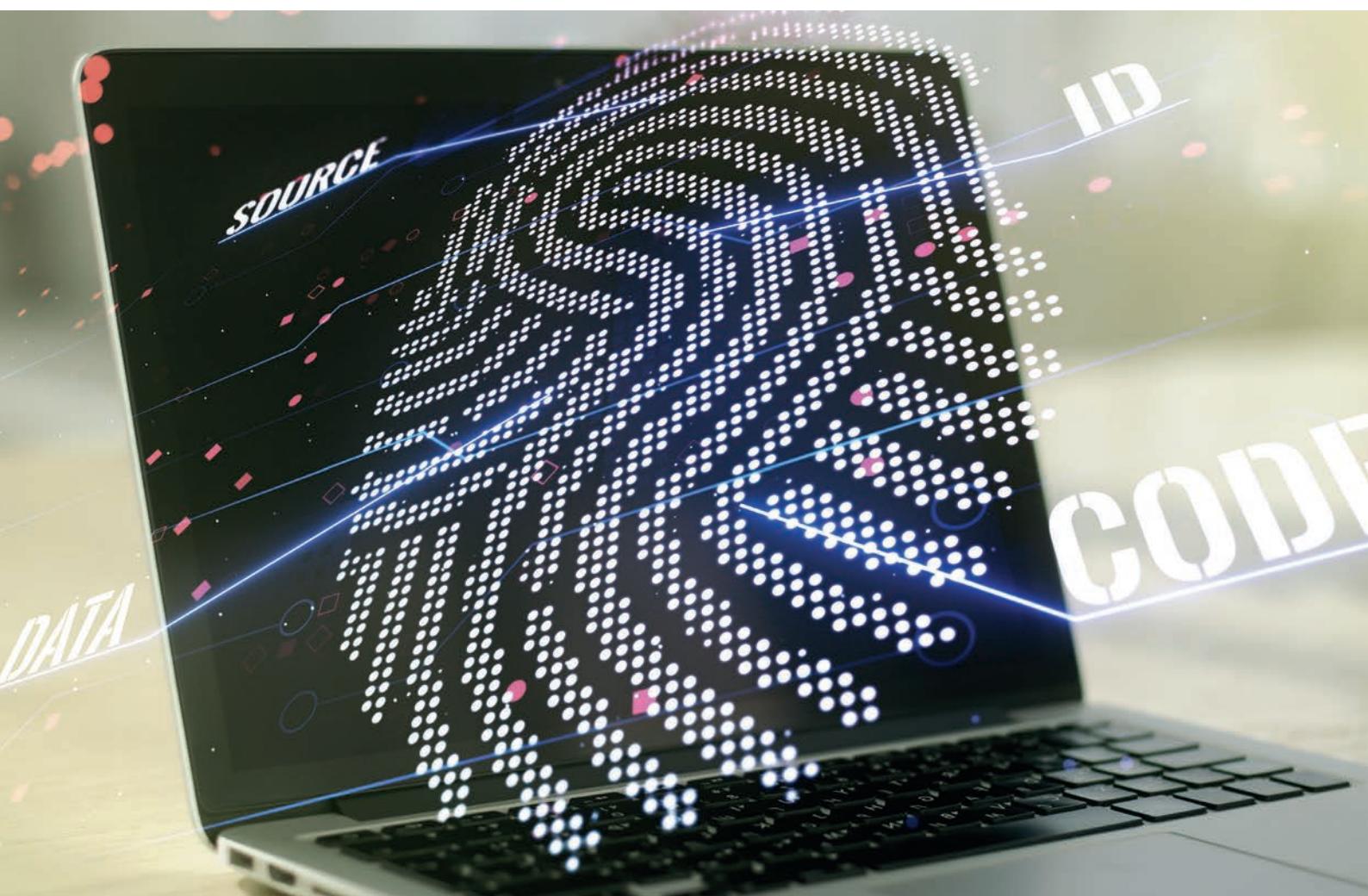
También habla de la gestión de la privacidad y la confidencialidad, junto con la protección de datos en la IA generativa, y la necesidad de implementar estrategias rigurosas para asegurar que la información personal y sensible se maneje de manera segura y conforme a las leyes aplicables. Esto incluye medidas para garantizar que los datos sean recopilados, almacenados y procesados de manera que se respeten la privacidad y los derechos de los individuos, minimizando así los riesgos de exposición o mal uso de la información personal.

Reflexiona sobre la equidad en IA generativa que debe abogar por sistemas justos, evitando sesgos que puedan discriminar. Su transparencia y la claridad sobre cómo se toman las decisiones automáticas. La propiedad intelectual y la importancia de reconocer y proteger las creaciones generadas por IA. Y no menos importante la sostenibilidad buscando minimizar el impacto ambiental de las tecnologías de IA y promoviendo prácticas que respeten el medio ambiente.

En el ámbito tecnológico alerta de la obsolescencia tecnológica y la incompatibilidad con los objetivos organizacionales, así como vulnerabilidades de seguridad. Propone soluciones como la actualización y mantenimiento continuo de las herramientas de IA, la selección cuidadosa de tecnologías que alineen con las metas de la organización, y la implementación de prácticas de seguridad robustas para proteger contra amenazas ciberneticas.

Respecto a los problemas que pueda derivar en el empleo, habla sobre las necesidades cambiantes de habilidades debido a la implementación de IA generativa, resaltando riesgos como la brecha de habilidades y la desmotivación laboral. Las soluciones propuestas incluyen programas de formación y





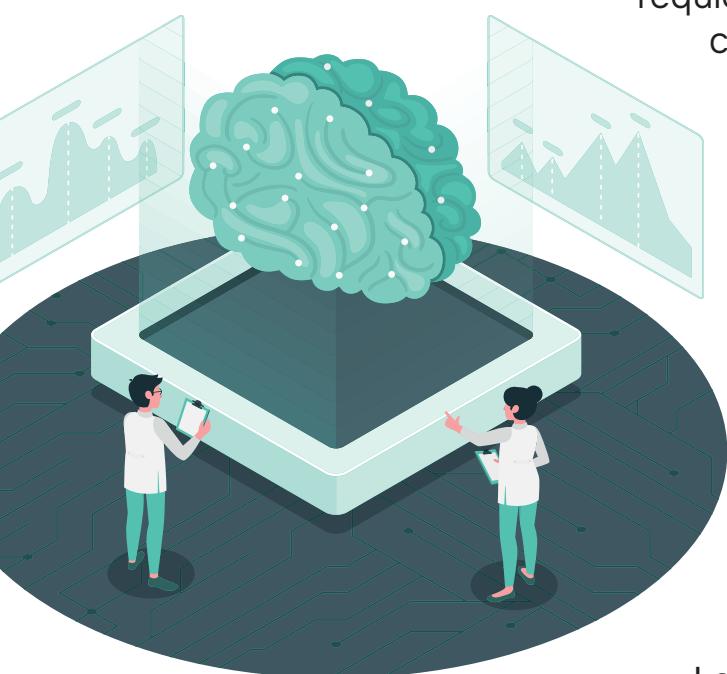
desarrollo profesional continuo para los empleados, promoviendo una cultura de aprendizaje constante que permita a la fuerza laboral adaptarse y crecer con las nuevas tecnologías, asegurando así que la organización pueda aprovechar al máximo el potencial de la IA generativa mientras mantiene un ambiente laboral estimulante y productivo.

Habla también de la irrupción de la IA generativa en el ámbito financiero. Ésta presenta riesgos como la inestabilidad financiera debido a decisiones automatizadas erróneas y la vulnerabilidad ante fraudes cibernéticos. Las medidas para mitigar estos riesgos pasan por la implementación de sistemas robustos de monitoreo y análisis de riesgos, la educación continua en ciberseguridad para el personal, y el desarrollo de protocolos claros para la toma de decisiones financieras asistidas por IA, asegurando así la integridad y la seguridad de las operaciones financieras.

Este apartado también nos alerta sobre la seguridad jurídica necesaria en este nuevo marco, los riesgos de la IAG en el ámbito de la contratación en empresas, así como sus posibles soluciones o problemas y como solventarlos con la gestión de los datos en el marco de esta nueva inteligencia artificial.

Un ecosistema robusto para la IAG

La creación de un ecosistema propicio para la IAG va más allá de esta preparación interna preliminar; requiere el fomento de alianzas estratégicas y el compromiso con prácticas éticas.



Establecer colaboraciones entre empresas, formación y gobierno es esencial para construir un marco de innovación abierta y responsable. Estas alianzas permiten el desarrollo de estándares, el intercambio de conocimientos y la promoción de una adopción inclusiva y ética de la IAG, asegurando que sus beneficios se extiendan a toda la sociedad.

Nuestro futuro con la IAG

La IAG se parece haberse erigido como un catalizador para la innovación y la transformación en múltiples sectores, ofreciendo oportunidades sin precedentes para la creación de valor y el avance social. Sin embargo, desbloquear su potencial completo requiere más que la mera adopción tecnológica; exige una consideración cuidadosa de los casos de uso, una evaluación rigurosa de la preparación organizativa, y la creación de un ecosistema de innovación ética y colaborativa. A través de un enfoque consciente y estratégico, las organizaciones pueden navegar con éxito la nueva era de la IAG, asegurando que su integración no solo sea innovadora sino también responsable y alineada con los valores sociales más amplios. ■

LA CALIDAD AL ALCANCE DE TODOS

Consultoría de calidad especializada en normas referenciales como la “Normad de Calidad ASERLUZ”



¿QUÉ APORTA EL MÉTODO SMARTQUALITY® AL PEQUEÑO EMPRESARIO?

- Reducción de tiempos
 - Sencillez y practicidad en la implantación y mantenimiento de un sistema de gestión
 - Reducción de costes directos e indirectos
 - La mayor facilidad de pago existente, a día de hoy, en el mercado

SIMPLIFICA
Y TENDRÁS
ÉXITO



• Metodología Online



ISO 9001



ISO 14001

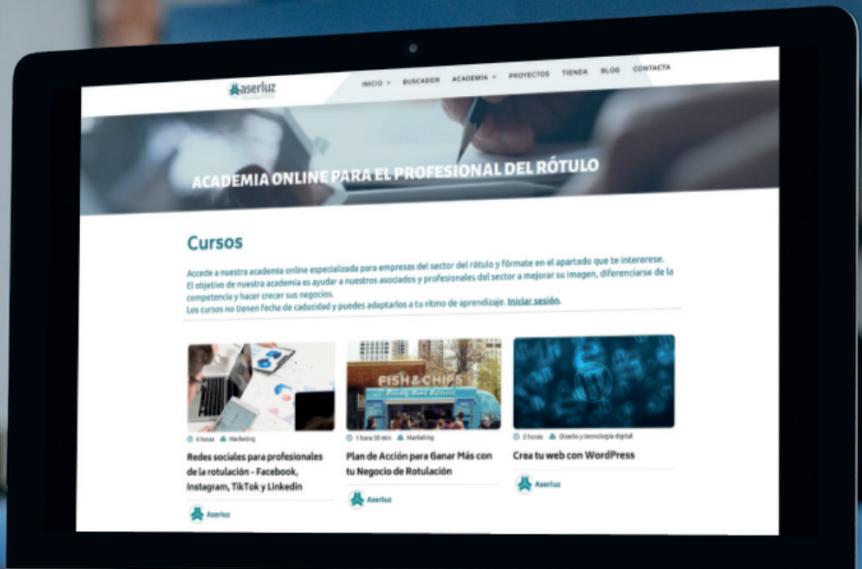


ISO 45001



Normad
de Calidad

smart-quality.es - comercial@smart-quality.es



La nueva Academia Online de ASERLUZ para los profesionales de la rotulación y la comunicación visual

Aunque ya hemos anticipado a través de anteriores newsletters la creación de la nueva Academia Online de ASERLUZ, confirmamos que ya es un hecho. Esta novedosa plataforma, ofrece una variedad de cursos diseñados y pensados para empresas del sector del rótulo, con el objetivo de aumentar el stock de conocimientos de los responsables y su staff directivo, consiguiendo una mayor diferenciación de la competencia y potenciando el crecimiento de sus empresas.

Cursos diseñados y pensados para empresas del sector del rótulo

En estos momentos hay tres cursos activos, aunque la idea es ampliar el catálogo con otros, siempre con una orientación práctica. Los actuales son:

- **Crea tu web en Wordpress.**
- **Uso de las Redes Sociales:**
- Facebook.
- Instagram.
- TikTok.
- Linkedin.
- **Creación de un Plan de Acción para generar más negocio.**

El curso “**Crea tu web con WordPress**” se basa en la necesidad de la presencia en internet por ser fundamental y diríamos imprescindible para cualquier empresa. Este curso enseña a los profesionales del rótulo a crear su propia página web utilizando WordPress, una plataforma reconocida por su versatilidad y facilidad

Diseño y tecnología digital

Crea tu web con WordPress

En este curso aprenderás desde cero todos los pasos que tienes que realizar para crear y configurar tu web y empezar a tener presencia digital. Enfocado para empresas del sector del rótulo.

[SI ERES ASOCIADO INICIA SESIÓN](#)

[COMPRAR EL CURSO](#)



Contenido del curso

El contenido del curso consta de diferentes unidades. Tanto la compra y configuración del dominio, certificado SSL y WordPress a Creación del diseño en Canva y implementación del diseño en Elementor todo enfocado para una empresa del sector del rótulo.

Introducción	▶
Dominio, servidor y certificado de seguridad	▶
WordPress y Elementor	▶
Diseña tu web con Canva y subirlo con Elementor	▶

WordPress nos permite crear y personalizar nuestra propia web sin tener conocimientos técnicos avanzados

de uso. Los participantes aprenderán a diseñar y personalizar su sitio web, agregar contenido relevante y optimizarlo para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda. Además, se les proporcionarán estrategias para mantener y actualizar su sitio web de manera efectiva.

WordPress es una plataforma ampliamente utilizada y reconocida en el mundo del desarrollo web debido a su versatilidad y facilidad de uso. WordPress nos permite crear y personalizar nuestra propia página web sin necesidad de tener conocimientos técnicos avanzados.

1.

Comunicación digital

FORMACIÓN ONLINE – JUDIT GÓMEZ

GESTIÓN DE REDES SOCIALES



El curso de **Redes Sociales para el profesional de la rotulación**, nos ayudará a situarnos en las redes sociales de más tráfico ya que se han convertido en una vía de comunicación imprescindible para las empre-

2.1

Facebook

FORMACIÓN ONLINE - JUDIT GÓMEZ

GESTIÓN DE REDES SOCIALES



2.2

Instagram

FORMACIÓN ONLINE - JUDIT GÓMEZ

GESTIÓN DE REDES SOCIALES



Las redes sociales se han convertido en una vía de comunicación imprescindible para las empresas.

sas. Los 5 módulos en el que lo hemos dividido, proporcionan a los profesionales del rótulo las habilidades necesarias para utilizar estas redes sociales de manera efectiva, promoviendo sus servicios y productos, conectando con clientes potenciales y generando una presencia y visibilidad online sólida y continua.

Sin embargo, tenemos que recordar que una vez nos demos de alta en alguna de ellas (no es necesario estar en todas), tendremos que ser constantes en subir noticias, proyectos, fotos, etc, para transmitir que la empresa mantiene una actividad y continuidad, lo cual creará un mayor nivel de confianza y solvencia entre los clientes habituales así como entre los potenciales clientes y público en general. **En definitiva, es una forma de crear el concepto de MARCA.**

2.3. LinkedIn

FORMACIÓN ONLINE - NÚRIA POSA

GESTIÓN DE REDES SOCIALES



2.4

TIKTOK

FORMACIÓN ONLINE - JUDIT GÓMEZ

GESTIÓN DE REDES SOCIALES





aserluz

asociación española de empresarios
de rótulos luminosos e industrias afines

Descubre cómo podemos ayudarte



A TENER MÁS VISIBILIDAD Y
CAPTAR NUEVOS CLIENTES

Tendrás presencia en:

- Nuestra web
- Nuestras redes sociales
- Nuestros medios (revista, newsletters)
- Networkings
- Ferias

Asóciate

www.aserluz.org

Tel.: 915 35 88 99

Email: info@aserluz.org



Lo primero,
consulta
nuestra guía
de servicios



NORMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ASERLUZ

- Un sello de prestigio para tu empresa



El Rótulo 3.0

ÓRGANO OFICIAL DE  IIIª época. Enero/febrero 2023



• Aserluz con la protección del patrimonio gráfico • Notas de innovación en empresas • La inversión publicitaria tiende a la digitalización

Anúnciate en nuestra revista

Llegamos a más de 10.000
direcciones de correo
electrónicos.

- Rotulistas
- Agencias de Publicidad
- Estudios de arquitectura
- Interioristas
- Imprentas de gran formato...

Hoy día parece que **Facebook** ha perdido algo de peso, siendo **Instagram** y sobre **Linkedin** las más recomendables, sobre todo ésta última por ser la que más utilizan los profesionales en general. Hemos decidido añadir **TikTok** por el boom que ha representado, sobre todo para el estrato más joven, aunque en nuestra opinión tiene menos peso en el estamento profesional.

El curso sobre **cómo crear un Plan de Acción para generar más negocio** en la empresa es esencial para el éxito. En este curso, los participantes aprenderán a desarrollar un plan estratégico personalizado para sus negocios de rotulación.

Desde el reconocimiento de los factores exógenos y endógenos que nos afectan, **el análisis DAFO (De-**

Marketing

Plan de acción para ganar más con tu negocio de rotulación

En este curso aprenderás a comunicar tu negocio de forma persuasiva, pues de nada sirve hacer acciones comerciales si el mensaje que llega no es el adecuado. También aprenderás técnicas para diferenciarte de la competencia que te permitirán destacar entre las empresas de tu mismo sector.

[SI ERES ASOCIADO INICIA SESIÓN](#)[COMPRAR EL CURSO](#)

Contenido del curso

El contenido del curso consta de tres unidades: un cuaderno con diferentes ejercicios, el vídeo del curso y la presentación en PDF.

[Plan de acción para ganar más con tu negocio](#)

bilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) hasta la identificación de las líneas estratégicas que nos permitirán alcanzar los objetivos propuestos, este curso proporcionará las herramientas necesarias para maximizar el potencial de crecimiento y la rentabilidad de la empresa.

Un plan de acción bien estructurado es fundamental para orientar las actividades y metas de una empresa de rotulación. Proporciona una visión clara de los objetivos a corto y medio plazo, así como las estrategias para alcanzarlos y los pasos concretos que se deben seguir, evitando desviarse del rumbo y tomando decisiones basadas en datos y análisis. Además, permite adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y aprovechar nuevas oportunidades.

En definitiva, lo que pretendemos con nuestra academia es proporcionar a nuestros socios las herramientas necesarias para destacar en el sector y hacer crecer sus negocios.

Los cursos ofrecidos, desde la explotación de las redes sociales hasta la creación de una sólida presencia online, permiten a los profesionales del rótulo diferenciarse de la competencia y aprovechar al máximo las oportunidades en un mundo cada vez más digitalizado. Al adquirir conocimientos actualizados y habilidades relevantes, los participantes estarán preparados para enfrentar los desafíos del mercado y alcanzar el éxito. ■

LETRA CORPÓREA: UN SALTO GIGANTE hacia la Innovación y la Eficiencia.

Letra Corpórea, una empresa con más de 60 años de historia, continúa su camino hacia la grandeza con una nueva inversión que asciende a 1,8 millones de euros, consolidando su posición como referente en el sector de la fabricación de letras corpóreas.

A En esta ocasión, nos adentramos en las nuevas instalaciones de la compañía, ubicadas estratégicamente en el polígono industrial Valle del Cinca, en la localidad de Barbastro, en Huesca, con el propósito de explorar los avances en su proceso de fabricación y las mejoras introducidas para potenciar su liderazgo en el mercado.

Con una plantilla de 34 trabajadores comprometidos y especializados, las nuevas instalaciones abarcan una superficie de 3.400 metros cuadrados, representando un aumento de 1.400 metros cuadrados con respecto a los espacios anteriores. Este crecimiento no solo responde a la expansión física de la empresa, sino que también conlleva beneficios significativos en términos de eficiencia logística y organización del tiempo de trabajo.

La estratégica ubicación en el polígono industrial Valle del Cinca no solo ha sido una decisión geográfica, sino una medida calculada para reducir desplazamientos y costes operativos. La empresa, conocida por su compromiso con la sostenibilidad, ha integrado maquinaria de vanguardia que no solo optimiza procesos, sino que también respeta el medio ambiente. Entre las novedades más destacadas, se encuentran las nuevas cabinas de pintura



que no solo reducen significativamente el consumo eléctrico, sino que también incorporan sistemas de filtración avanzados, garantizando que casi el 100% del polvo de la pintura sea filtrado al exterior. Este enfoque sostenible refleja el compromiso de Letra Corpórea con la responsabilidad ambiental.

Además, la empresa ha apostado una vez más por la innovación al adquirir una máquina moldeadora Channel 600, única en Europa, capaz de producir modelos de letras corpóreas de hasta 600 milímetros de manera automática. Este avance tecnológico no solo mejora la eficiencia en la producción, sino que también posiciona a Letra Corpórea como pionera en la industria.

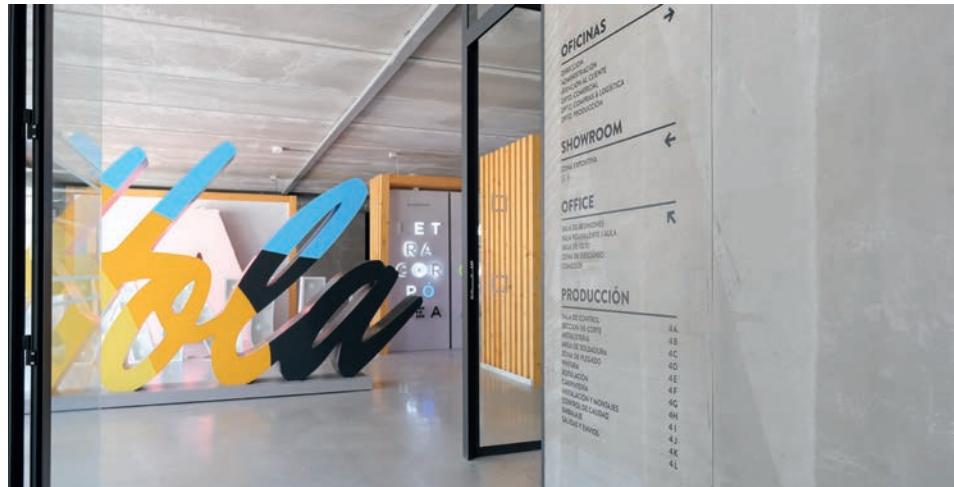
Desde estas nuevas instalaciones, la empresa continuará diseñando y fabricando sus más de 100 referencias de productos, destacando especialmente las letras de gran formato. Este tipo de letras, utilizadas en entradas de núcleos urbanos, sigue siendo uno de los productos estrella de Letra Corpórea. Han dejado su huella en localidades como Figueruelas, Cala d'Or (Mallorca), Calahorra y Fuenmayor (La Rioja), así como en ciudades como Palencia o Soria.

La autosuficiencia es una de las características distintivas de Letra Corpórea. Desde el diseño hasta el ensamblaje final, el proceso de fabricación depende íntegramente de ellos, permitiéndoles batir récords en plazos de entrega y adaptarse de manera ágil a las necesidades de sus clientes. Esta autonomía, combinada con la profesionalidad de su equipo y la inversión en tecnología de punta, ha llevado la calidad de su trabajo más allá de las fronteras nacionales.

En resumen, Letra Corpórea continúa su legado de innovación y crecimiento con estas nuevas instalaciones, reafirmando su compromiso con la excelencia, la sostenibilidad y la satisfacción del cliente. Su capacidad para crear letras y mensajes cargados de fuerza demuestra que no existen límites cuando se cuenta con un equipo motivado por la creatividad y el deseo de crecer. Con cada proyecto, Letra Corpórea sigue iluminando el camino hacia un rotulismo de calidad y relevancia en el mercado.



"3.400 metros de innovación, crecimiento y sostenibilidad en fabricación de letras corpóreas."



VISIÓN, MISIÓN, VALORES Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA



A nuestro modo de ver estos cuatro conceptos son fundamentales para comprender la trascendencia del conjunto del tejido empresarial en su compromiso con la sociedad y no solo en la creación de riqueza y valor añadido para accionistas, clientes, proveedores y personas de la organización, sino también en su importante labor de responsabilidad social que debe ejercer para conseguir una sociedad más equilibrada en la que imperen la ética, la justicia y la libertad individual.



Se entiende por Visión, la idealización del presente y futuro de la empresa, enfocando la capacidad de dirección y ejecución hacia un logro de manera continuada

Podríamos hablar de otros factores que deben tenerse en cuenta al hablar de la empresa: su identidad, su razón de ser, principios, cultura, objetivos y propósito. Para no dispensarnos, nos centramos en los cuatro conceptos que dan título a este artículo.

Se entiende por Visión, la idealización del presente y futuro de la empresa, enfocando la capacidad de dirección y ejecución hacia un logro de manera continuada. Incluso podríamos hablar de la visión compartida, cuando existe un gran sentimiento de identificación, implicación y compromiso en el corazón del conjunto de personas que constituyen la organización, de manera que el camino hacia el futuro lo transitan y realizan todos, aportando todo su potencial de crecimiento personal.

La Misión sintetiza los principales propósitos estratégicos y su objetivo es orientar y optimizar la capacidad de respuesta de la organización ante las oportunidades



Los valores y propósitos de la organización tienen como finalidad generar un compromiso compartido dentro de la cultura organizacional

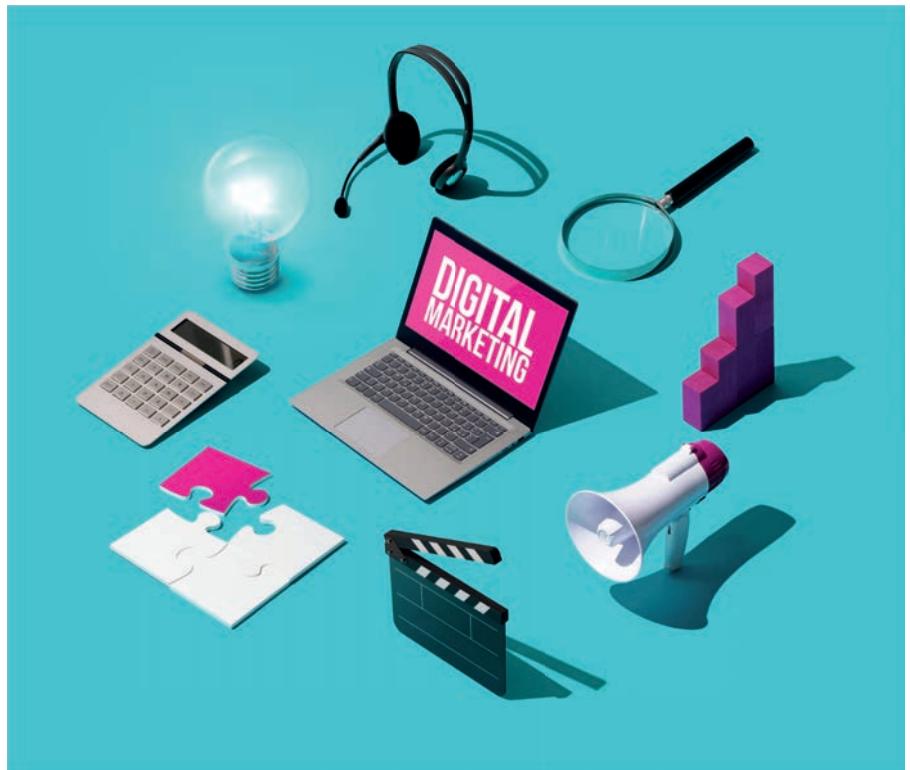
del entorno y se apoya en el sistema de objetivos, políticas y normas que sirven para definir los conceptos de productividad, eficiencia, calidad y rentabilidad, los cuales configuran junto con el liderazgo y posicionamiento, los factores clave del éxito.

Los valores y propósitos de la organización tienen como finalidad generar un compromiso compartido dentro de la cultura organizacional y hacen referencia a la diferenciación, la transparencia, la solvencia moral, la integridad, la vocación de servicio, la ética, la innovación y la responsabilidad social corporativa.

Estos factores configuran la imagen y la reputación de una organización, sea empresarial o institucional, y se canaliza a través de la Comunicación Estratégica tanto con los actores internos como externos.

La comunicación se constituye así en el eje estratégico de las organizaciones. Gerenciar la reputación de una organización implica tanto la coordinación del capital físico como del capital social y emocional, para lo cual todos los miembros de la organización son responsables, según su nivel competencial, de las comunicaciones internas y externas.

La estrategia de comunicación está directamente ligada al plan de negocio, siendo fundamental implantar una política proactiva de comunicación, a través de la que se construye el prestigio o reputación de una marca de empresa, de producto o de servicio. En definitiva así se conforma la imagen corporativa y el juicio de valor con la que el público y la sociedad en general percibe la organización, generando los conceptos de credibilidad, confianza, legitimación, convicción, implicación, respeto, admiración y proselitismo.



La gestión de la identidad de una organización parte del diagnóstico de sus atributos esenciales, de lo que es y de lo que propone ser

Es por tanto, el resultado de todas aquellas experiencias, impresiones, creencias y sentimientos que poseen las personas sobre una empresa u organización. Así como las empresas deben adecuarse a los cambios, con una velocidad y profundidad, jamás vista, de igual manera deberá adecuar su imagen para transmitir dichos cambios.

Pero no hay que confundir imagen corporativa con identidad corporativa, ya que esta última hace referencia a los rasgos invariantes de la cultura organizacional que a través de su historia, filosofía, propósitos y resultados son muy significativos para su gente. La gestión de la identidad de una organización parte del diagnóstico de sus atributos esenciales, de lo que es y de lo que propone ser.

Por último, el proceso de formulación de una estrategia de comunicación implica la exploración de las oportunidades y amenazas exógenas y endógenas así como las debilidades y fortalezas de la organización para construir un modelo de éxito. ■

PROSIGN

TECNOLOGÍAS Y MATERIALES PARA EL MERCADO DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

Nº 162 - Mayo - Junio 2023 - Año XXIV - www.prosignhoy.com

P.V.P. 11€

ARTÍCULOS

- Inyección de tinta
- Impresión directo a prenda

ENTREVISTA

- Letras Corporeas
- C!Print Madrid



EMPRESAS

- Hexis
- Guandong
- Durst
- Zünd
- Canon
- Kongsberg
- Fujifilm
- 3M

POST-FESPA



EDICIONES
industriográfica

NUEVO

brother

AMPLIA EL HORIZONTE

WF1
LATEX PRINTER



GTX

GTX600 Extra Colors



MÁS COLORES
MÁS VIVACIDAD





MB3D se llevó el premio al Mejor Proyecto de Rotulación e Instalación de Imagen Exterior y es una empresa que lleva más de 25 años en nuestro sector, por ello queremos hacerla protagonista de esta sección



Sobre la empresa

MB3D es una empresa con más de 25 años de experiencia en la fabricación de rótulos y letras corpóreas. Fabrica y ofrece una amplia gama de productos con el fin de satisfacer las necesidades de cada cliente. Sus instalaciones, con una superficie total de 2.400m² en la Almenara, Castellón, son el lugar donde se desarrolla la producción de letras corpóreas, rótulos luminosos, bandejas, entre otros productos. Cuenta con maquinaria de última generación y un equipo de trabajo altamente especializado, lo que le permite batir récords

Hoy vistamos



en cuanto a plazos de entrega y aumentar su capacidad de producción para dar servicio en cada momento. Su capacidad técnica y profesional ha permitido llevar a cabo multitud de implantaciones nacionales e internacionales junto con sus clientes. El objetivo de MB3D es crear continuamente nuevas referencias en rótulos corpóreos innovando tanto en el producto como en los procedimientos. La innovación les permite ofrecer a sus clientes rótulos de calidad, pensados, diseñados y con soluciones a medida para cada proyecto.





Sus clientes

MB3D ayuda a sus clientes a optimizar el tiempo para que sus negocios sean más rentables y logren sus objetivos, gracias a su forma de trabajo flexible y las herramientas que emplea. Además, cuenta con promociones y ofertas que hacen aún más competitivos sus productos. Trabaja con dos calidades para la mayoría de sus productos: estándar y premium. Los clientes que demandan productos low-cost, tan de moda en estos tiempos, encuentran una buena calidad a precios muy accesibles. Para aquellos que necesitan un plus en acabados de pintura, pulidos y otros servicios premium, el estándar de calidad está garantizado.

Ganadores de un Premio Aserluz

Durante el año 2023, MB3D tuvo el gran honor de recibir de nuestra asociación, el premio al MEJOR PROYECTO DE ROTULACIÓN E IMPLANTACIÓN DE IMAGEN EXTERIOR, obtenido por el proyecto realizado en el emblemático Hotel de Canfranc con la colaboración de NEABRANDING. MB3D quiere agradecer a sus clientes su gran apoyo, quienes han estado a su lado más de 25 años, y sin quienes este premio no habría sido posible. ■



★ PREMIO Aserluz 2023 ★

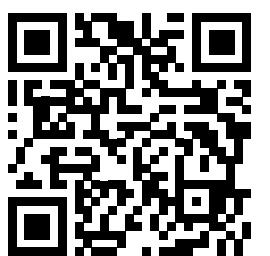
MEJOR PROYECTO DE ROTULACIÓN E
IMPLANTACIÓN DE IMAGEN EXTERIOR



AP DIGITALES

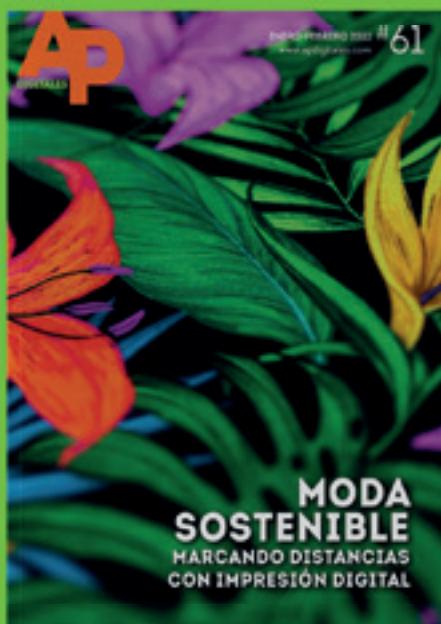


**¿POR QUÉ
TE INTERESA
LA REVISTA
APDIGITALES?**



**¡CONSIGUE
GRATIS UNA
SUSCRIPCIÓN!
Envíanos un
correo con la
palabra **ASERLUZ**
en el asunto:**

digitales@apdigitales.com



Entra en vigor la nueva ordenanza de rótulos e instalaciones publicitarias de Málaga

La nueva ordenanza de rótulos e instalaciones publicitarias de la capital malagueña ha sido publicada en el Boletín Oficial de la Provincia (BOP). Entrará en vigor el miércoles 14 de febrero. Este texto normativo pretende ofrecer una regulación más completa de las instalaciones publicitarias, garantizando el equilibrio entre la publicidad y el paisaje urbano.

El Ayuntamiento ha anunciado que la nueva ordenanza da cabida y regula los soportes e instalaciones publicitarias que han surgido en los últimos años, que no estaban contemplados en la anterior ordenanza de 1999. Esta actualización también agiliza los trámites, haciendo que la mayoría de las solicitudes queden exentas de licencia urbanística.

Sin embargo, las instalaciones que requieran una inspección previa o se coloquen en lugares específicos seguirán necesitando permiso, pero sólo después de presentar una declaración o comunicación de la parte responsable.

Además, el nombre de la normativa se ha modificado a «Ordenanza sobre instalaciones publicitarias» para reflejar con exactitud su ámbito de aplicación. El anterior término «actividades» inducía a error, ya que la normativa sólo se refiere a las instalaciones publicitarias, no a la actividad publicitaria. La ordenanza pretende controlar e incluir los nuevos soportes e instalaciones publicitarias fruto de los avances tecnológicos, al tiempo que amplía su ámbito de control.

[Sigue leyendo.](#)

Hoy 29 de febrero

Último día para Inscribirse en los Premios LETRA

El Premio LETRA está abierto a todas las obras de comunicación visual y marketing medioambiental producidas en 2022 y 2023 por empre-

sas y profesionales de la comunicación visual y la señalización, agencias de publicidad y marketing, diseñadores, empresas de producción de even-

tos y otros profesionales relacionados.

[Sigue leyendo.](#)



LETRA

Premios Nacionales
de Comunicación Visual
y Marketing de Entorno



COLECTIVO DE ASOCIACIONES

con las que colabora Aserluz



La Federación Europea del Rótulo, es la asociación que agrupa todas las asociaciones nacionales del rótulo.



la International Sign Association (ISA) se dedica a apoyar, promover y mejorar la industria de la señalización, los gráficos y las comunicaciones visuales.



La Fundación ECOLUM nace para dar una solución adecuada sobre aparatos eléctricos y electrónicos y la gestión de sus residuos en las empresas del sector de la iluminación ante las novedades y obligaciones que incorporaba esta nueva normativa.



Es la confederación que representa y defiende los intereses de las empresas del sector del vidrio y la cerámica.



Representa y defiende a las empresas y a los empresarios españoles.



FESPA ESPAÑA es la asociación empresarial que representa los intereses de las empresas proveedoras de servicios de la comunicación visual.



VEREDICTAS es la compañía decana especializada en la creación y desarrollo de "estándares de excelencia".



Asociados

