

# El Rótulo 3.0

ÓRGANO OFICIAL DE  **aserluz** asociación española de empresarios  
de rótulos luminosos e industrias afines IIIª época. Mayo/junio 2024



**SECTOR**  
**ROTULACIÓN**

- **Sector:**  
Acuerdo  
Estratégico  
entre ASERLUZ y  
SectorRotulación

- **Ciudades:**  
Europa: un mapa  
iluminado (I)

- **Normativa:**  
¿Sabes qué  
normativas afectan  
al sector de  
Rótulos?

# ÍNDICE

## CARTA DEL PRESIDENTE

**Acuerdo  
Estratégico  
entre ASERLUZ y  
Sector Rotulación**

**Ciudades  
Europa:  
un mapa  
iluminado  
(I)**

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

**TENDENCIAS  
¿Sabes qué normativas  
afectan al sector de  
Rótulos Luminosos?**

**ESTUDIOS  
Información y  
conclusiones del  
estudio de FESPA  
y CPR!NT**

**Hoy visitamos  
ICÓNICA  
IMAGEN**

**NOTICIAS**





***Roberto Bartolomé Domaica***  
***Presidente de ASERLUZ***

Estimados amigos,

Como nuevo Presidente de ASERLUZ, quiero dirigirme a todos vosotros para transmitir el honor, orgullo y responsabilidad que supone presidir esta asociación que tanto nos une y que representa la firme voluntad de mantenernos juntos, avanzando y creciendo en esta complicada y estresante vida que nos hemos dado como empresarios del sector del rótulo y compartiendo un montón de experiencias y vicisitudes que nos hace ser casi unas “raras avis” en el mundo de la comunicación visual.

En el pasado mes de abril, hemos cumplido cuarenta y siete años, un hito en el movimiento asociativo español y la intención es 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, como son la competencia exterior, sobre todo de China, los altos costes laborales y la ingente cantidad de leyes, normas y regulaciones generadas por las tres administraciones del Estado, distintas en las CC.AA. y que nos complica la actividad de nuestras empresas, de manera a veces agobiante y lo peor, sin visos de que se unifiquen y simplifiquen en el conjunto del territorio español.

En la Asamblea General celebrada el pasado martes 28 de Mayo, la candidatura que presido fue unánimemente refrendada, algo que me llena de estímulo e ilusión para abordar, junto con el resto de miembros que conformamos esta Junta Directiva, una nueva etapa en la que se presentan importantes retos como el desarrollo y afianzamiento del acuerdo y alianza con la comunidad Sector Rotulación y el ilusionante proyecto que supone el CENAR, Centro Nacional del Rótulo en el Complejo La Choricera de Segovia, promovido por

Antonio Páez junto con nuestro anterior Presidente, Luis Martín y Sergio García Carbonell, en el que se pretende crear el Museo Nacional del Rótulo.

Por último, quiero transmitir mi firme voluntad de promover la unión del mayor número de profesionales del sector del rótulo, visibilizándolo para que la sociedad tome conciencia de la importancia del mismo y así conseguir el reconocimiento del enorme esfuerzo que realizamos día tras día, porque no es nada fácil seguir adelante en esta carrera de obstáculos que representa ser empresario en este intrincado panorama.

Un cordial saludo,

*Roberto Bartolomé Domaica,*

*Presidente de ASERLUZ*

## STAFF

**Roberto Bartolomé**  
*Presidente*

**Luis Martín**  
*Vicepresidente*

**Manuel Ayllón**  
*Gerente Senior*

**Gemma Turiégano**  
*Secretaria*

**Secretario y Delegado Galicia**

*Alberto Taboada*

**Delegado Madrid**

*Sergio García*

**Delegado Castilla León**

*Primitivo Moya*

**Delegados Cataluña**

*Santiago Martínez*

*Antonio Alarcón*

**Delegadas Andalucía**

*Silvia Callejo*

*Mª de la Paz Quirós*

**Delegados Valencia**

*Miguel A. Ramos*

*Cristina Serna*

**915 358 899**

**608 442 717**

**info@aserluz.org**

**Responsable de la revista**

**El rótulo:**

**Miguel Ángel Gálvez**

**revistadigital@aserluz.org**



Comunicación

Asesoría

# Guía de Servicios

Formación

Normativa



Representación



asociación española de empresarios  
de rótulos luminosos e industrias afines

[www.aserluz.org](http://www.aserluz.org)

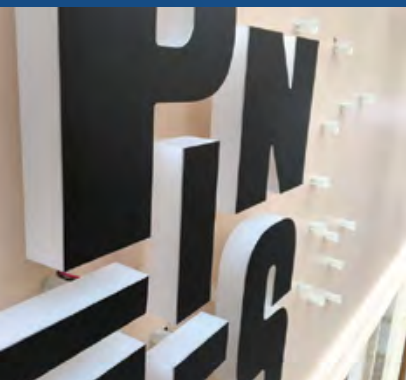
Documentación

Acuerdos





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



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](http://www.mecanumeric.es)



HECHO  
EN EUROPA





# Acuerdo Estratégico entre ASERLUZ y Sector Rotulación

Desde nuestras páginas queremos ser los primeros en daros cuenta de una noticia que va a suponer un hito en la historia reciente del sector de la rotulación: ASERLUZ y Sector Rotulación han alcanzado un principio de acuerdo entre ambas entidades con el fin claro de beneficiar a los miembros de ambas plataformas. La industria de la rotulación en España está experimentando un momento de transformación crucial. En este contexto de cambio y evolución, la idea de unir fuerzas para fortalecer y potenciar el sector a través de esta firma se presenta como una oportunidad para todos.

## **ASERLUZ, un peso pesado en el sector,**

ASERLUZ, con más de 47 años de experiencia, se ha consolidado como la principal asociación del sector de la rotulación en España. Su vasta red de contactos y su papel de interlocutor entre las administraciones públicas y otras asociaciones le han permitido influir significativamente en la evolución y profesionalización del sector. Entre sus servicios destacan el asesoramiento legal, la formación regulada, la promoción en salones y exposiciones, y la implementación de normativas de gestión de calidad.

## **Sector Rotulación, el dinamismo y el proceso adaptativo**

Sector Rotulación, por su parte, ha emergido desde 2017 como una comunidad online dinámica que conecta a más de 2300 profesionales y empresas del sector, de los cuales más de 300 son empresas de rotulación. Reconocida como un referente de networking, Sector Rotulación utiliza diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales como Facebook, LinkedIn, YouTube, y TikTok, para fomentar la interacción y el intercambio de conocimientos entre sus miembros.





**Este acuerdo se presenta como respuesta a las necesidades del sector, frente a desafíos como la evolución tecnológica, la competencia global y la necesidad de una mayor visibilidad en el mercado.**

## **El Acuerdo: Potencial y Perspectivas**

El acuerdo entre ASERLUZ y SectorRotulación promete ser una colaboración fructífera que traerá beneficios significativos a los integrantes de ambas entidades. Se anticipa que esta alianza permitirá una mejor representación del sector ante las administraciones públicas y la sociedad en general, fortaleciendo la presencia tanto online como offline de ambas organizaciones.

Este acuerdo estratégico se presenta como una respuesta a las necesidades actuales del sector de la rotulación, que enfrenta desafíos como la rápida evolución tecnológica, la competencia global y la necesidad de una mayor visibilidad en el mercado. Al unir fuerzas, ASERLUZ y SectorRotulación podrán ofrecer una plataforma más robusta para el desarrollo profesional, el acceso a formación especializada, y la promoción de nuevas tecnologías y técnicas en el ámbito de la rotulación.

## **Atentos al futuro**

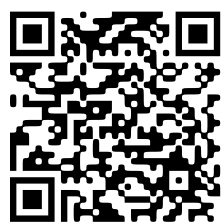
Invitamos a todos nuestros miembros y lectores a seguir atentos a nuestros próximos newsletters, donde proporcionaremos actualizaciones continuas sobre esta emocionante colaboración. No se pierdan las últimas noticias y desarrollos que esta alianza traerá para el sector de la rotulación.



# La Herramienta más Brillante en la Caja

**PosterBOX ID** es una solución de iluminación orientada al valor que ofrece la potencia y la distribución del brillo de PosterBOX 3 en aplicaciones de interior, optimizando el hardware y eliminando la protección exterior para ofrecer una solución rentable con la misma calidad, potencia y fiabilidad que espera de SloanLED.

- Ilumine cajas de hasta 3 m de alto colocando el producto en los perfiles opuestos de la caja
- Chips LED de primer nivel y óptica de alto rendimiento
- El más brillante de su clase
- Tecnología de corriente constante (CCT)
- Garantía de asistencia en piezas y mano de obra de 10 años



APRENDE MÁS

## PosterBOX ID

Iluminación de alto rendimiento para cajas de luz de interior y PLV

24  
VDC

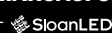
10  
AÑOS  
Producto y Asistencia Laboral  
GARANTÍA

Argonstraat 110, 2718 SN Zoetermeer, NL +31

88 12 44 900



CINCO MARCAS. UNA MISIÓN.



"Existimos para simplificar la vida de nuestros clientes."



**SloanLED®**  
A Principal Industries Company



Un recorrido por algunas de las ciudades europeas con  
más interés rotulístico

# Europa: un mapa iluminado (I)

Redacción  
**ASERLUZ**

Europa brilla con una gama de rótulos luminosos que no solo iluminan sus calles sino que también cuentan historias de tradición, modernidad y creatividad. Este artículo destacamos diez de las los rótulos o áreas metropolitanas llenas de luminosos más icónicas de las principales ciudades europeas, revelando no solo su belleza sino también su significado cultural y su impacto visual en el paisaje urbano. Algunos son iconos de la vieja Europa, otros saben conjugar la historia con la modernidad.





## PICCADILLY CIRCUS, LONDRES, REINO UNIDO

El rótulo luminoso de Piccadilly Circus es uno de los más famosos del mundo, destacando como un símbolo icónico de Londres. Desde su primera instalación en 1908, cuando apareció el primer anuncio eléctrico de Perrier, este rincón de Londres ha evolucionado considerablemente. Los primeros anuncios de neón se introdujeron en la década de 1940 con un anuncio de Bovril, y hoy en día, los rótulos utilizan tecnología LED avanzada. Una curiosidad histórica interesante es que durante la Segunda Guerra Mundial, las luces de Piccadilly Circus fueron apagadas como medida de seguridad y solo se volvieron a encender en 1949.





## MOULIN ROUGE, PARÍS, FRANCIA

El rótulo del Moulin Rouge, con sus luces rojas y el molino giratorio iluminado, es un símbolo luminoso del ambiente nocturno de París. Este cabaret abrió sus puertas el 6 de octubre de 1889, el mismo año en que se completó la Torre Eiffel, convirtiéndose rápidamente en un éxito gracias a su mezcla de espectáculos de danza y entretenimiento audaz.

Precisamente en nuestro pasado newsletter nos hacíamos eco de que a este emblemático molino se le habían caído las aspas y estaban siendo restauradas por artesanos del rótulo. No es la primera vez que tiene que ser reconstruido, el molino de viento original fue destruido en un incendio en 1915. La versión que vemos hoy es una réplica de 1925, que fue restaurada después de que el cabaret fuera renovado y reabierto en 1921. El diseño original del molino y las luces se inspiraron en los molinos de viento tradicionales de Montmartre, un tributo a la historia del barrio y su transformación en un centro de entretenimiento.



## Descubre cómo podemos ayudarte



Lo primero,  
consulta  
nuestra guía  
de servicios



### NORMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ASERLUZ

- Un sello de prestigio para tu empresa

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](http://www.aserluz.org)

Tel.: 915 35 88 99

Email: [info@aserluz.org](mailto:info@aserluz.org)



## 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...







## GRAN VÍA, MADRID, ESPAÑA

La Gran Vía es conocida por sus teatros y cines, muchos de los cuales están adornados con rótulos luminosos espectaculares. Estos rótulos no solo guían a los visitantes sino que también añaden un toque teatral a una de las calles más bulliciosas de Madrid.

Varios rótulos utilizan una combinación de tecnología LED y neón. Un ejemplo icónico es el letrero de Schweppes en el Edificio Carrión, que se ha convertido en un símbolo de la Gran Vía desde su instalación en 1972. Este rótulo está compuesto por 104 tubos de neón que generan colores brillantes y variados, como azul, amarillo y rosa. Además, en la Plaza del Callao, se han instalado grandes pantallas LED interactivas que se utilizan para eventos en vivo y publicidad, lo que combina lo tradicional con lo moderno.





## **GALLERIA VITTORIO EMANUELE II, MILÁN, ITALIA**

Las entradas de la Galleria Vittorio Emanuele II están marcadas con arcos luminosos que no solo adornan este elegante centro comercial sino que también destacan la fusión de la moda, el arte y la arquitectura de Milán. La iluminación de estos arcos está cuidadosamente diseñada para resaltar los detalles arquitectónicos sin sobrecargar visualmente el espacio, utilizando una combinación de luces cálidas y frías para crear un efecto equilibrado.

La cúpula central de vidrio y hierro, diseñada por el arquitecto Giuseppe Mengoni y completada en 1877, es uno de los primeros ejemplos de la ingeniería moderna. Esta cúpula alcanza una altura de 47 metros y cubre una superficie de más de 5000 metros cuadrados, combinando estética y funcionalidad de manera innovadora para la época.





## **POTSDAMER PLATZ, BERLÍN, ALEMANIA**

Este cruce central en Berlín destaca por sus modernos rótulos luminosos que reflejan el espíritu dinámico y la reconstrucción de la ciudad tras la caída del Muro de Berlín. Un dato interesante sobre la tecnología de estos rótulos es que muchos utilizan pantallas LED avanzadas que pueden cambiar y actualizarse en tiempo real, adaptándose a diferentes eventos y promociones. Además, el Sony Center, uno de los elementos más destacados de Potsdamer Platz, cuenta con una impresionante cubierta de vidrio que es un logro notable de la ingeniería moderna, diseñada para resistir condiciones climáticas adversas mientras proporciona un entorno espectacular para eventos y actividades públicas.



# OptiKa<sup>®</sup> 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 CO<sub>2</sub>**



**7 años**  
**70.000h**  
**LM70**



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



**Hacemos la segunda entrega de esta reflexión que intenta orientar a las empresas del sector y facilitarles el camino del éxito. Se abordan temas claves como la formación o el conocimiento del mercado.**



*Manuel Ayllón*  
**Gerente Senior y Tesorero de Aserluz**

## Formación

Para que nuestra gente trabaje con un buen nivel de motivación trascendente tenemos que darles oportunidades de formarse, interna y externamente para mejorar su cualificación y así conseguir que su trabajo e ideas sean más eficaces.

Y nos tenemos que preguntar, cuáles deben ser las bases del Plan de Formación de nuestro personal?

- Debe contemplar el que sea un plan de formación "continua".





## **La formación es una “inversión”, y el Capital Humano es la mejor fuente de negocio**

- Que presente en lo posible un mix de formación “in company” y “out company”, aprovechando las herramientas “on line”.
- Que sea factible en coste y que concilie el tiempo de no presencia en la empresa y el propio.
- Que aproveche las oportunidades que ofrecen los proveedores en presentaciones de productos y cursillos para su utilización.
- Que sea eminentemente práctico, sin perder de vista que todo conocimiento tiene unos principios teóricos, necesarios de conocer y entender.
- Que tenga en cuenta las capacidades de cada persona, su formación de base, su talento, su motivación “intrínseca”.
- En definitiva, como la formación es una “inversión”, deberemos calcular el retorno de la misma en términos cualitativos y cuantitativos, pues es el Capital Humano es la mejor fuente de negocio.





Pasemos a revisar nuestro entorno....

## **Conocimiento del mercado... o mercados**

¿Por qué añadimos lo de “mercados”?

Pues porque normalmente nuestra empresa atiende distintos clientes que no siempre pertenecen al mismo mercado. Por ejemplo, no es lo mismo el mercado institucional (administraciones públicas) que el de grandes empresas de distintos sectores o el de pymes y autónomos.

Hay que analizar cada mercado en el que nos movemos para descubrir oportunidades que servirán para generar aquellas ideas susceptibles de convertirse en nuevos productos o servicios.

**Hay que analizar cada mercado para descubrir oportunidades que servirán para generar aquellas ideas susceptibles de convertirse en nuevos productos o servicios**

Habrà que mantener una “vigilancia” de nuestros competidores, a través de distintas fuentes; sus páginas web, revisando sus catálogos, sus trabajos y clientes, incluyendo su presencia en ferias y eventos similares. La técnica del benchmarking nos permitirá comparar nuestros productos, servicios y forma de gestión con los de empresas de nuestro mismo sector. Las páginas web suelen ser reflejo y base de información de todo ello.

Habrà que revisar los canales de distribución, sean directos o indirectos, sin olvidar la figura del agente comercial, hoy en desuso en nuestro sector pero no por ello de posible utilidad en determinados mercados. Tener un agente o representante con buenos contactos, para entrar, por ejemplo en el mercado institucional, pensando siempre que su labor es de introducción y mantenimiento de las cuentas que pueda abrir, pero nuestra presencia periódica deberá ser fundamental. El cliente no es del agente o representante, es de nuestra empresa. No caigamos en el error de dejarle sólo a él. El cliente tiene que tener claro que esa persona es un gestor comercial, pero detrás está la empresa y todo su personal con nosotros a la cabeza.

Conocer todos los medios de pago electrónicos es, hoy día muy importante, pues además de facilitar al cliente el pago, es una vía de asegurarnos el cobro de las facturas, sin retrasos y por anticipado si se deja el cliente, sobre todo para pequeños importes (aquellos inferiores a 100 €).

El comercio electrónico es hoy una vía muy utilizada en todo lo que sean productos normalizados. Para ello habrá que preparar una tienda "on line" con un catálogo claro y fácil de utilizar por parte del usuario.

Por último, insistimos en que la página web es fundamental para conectar nuestra empresa con los mercados. Debe ser clara, de fácil navegación y actualizable cada vez que terminemos proyectos o rótulos de interés.

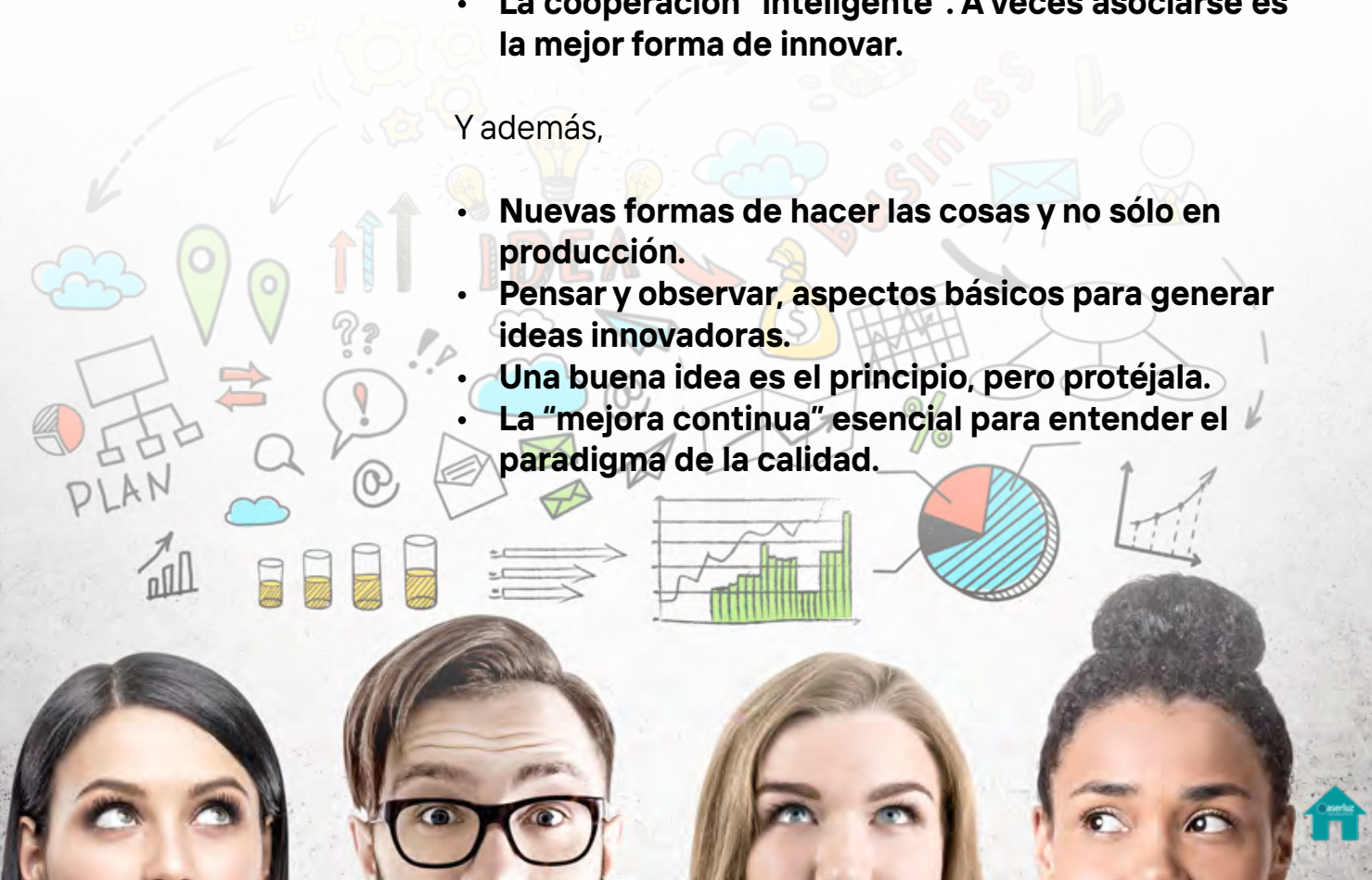
## Elige el camino más adecuado para llegar a tus clientes

Nos quedamos aquí. Recordamos los temas pendientes de analizar:

- **El espíritu emprendedor.**
- **La cooperación "inteligente". A veces asociarse es la mejor forma de innovar.**

Y además,

- **Nuevas formas de hacer las cosas y no sólo en producción.**
- **Pensar y observar, aspectos básicos para generar ideas innovadoras.**
- **Una buena idea es el principio, pero protéjala.**
- **La "mejora continua" esencial para entender el paradigma de la calidad.**





# NAMAR BRAND FACTORY, DE PUERTAS ABIERTAS A LA COMUNIDAD

Normalmente decimos: "Tienes las puertas de mi casa siempre abiertas para ti". Lo curioso es que Santi y José no son personas para nada de abrir las puertas de sus casas a cualquiera, hace falta muchísima confianza para entrar en su círculo de intimidad. En lo que se refiere a Namar Brand Factory, a su misión clara en el mundo de la imagen corporativa, su actitud desde el primer momento ha sido completamente distinta.



Son incontables las historias de antiguos colaboradores, empleados, clientes –e incluso competidores– a quienes, a lo largo de los años y sin dudar por un momento, han abierto sus puertas para compartir su conocimiento, sus experiencias, sus errores, su tecnología y todo lo que aprendían y evolucionaban.

También en la historia de Namar Brand Factory existe otro fenómeno recurrente: el de antiguos colaboradores o empleados que han dejado Namar Brand Factory por persuasiones de la vida y que vuelven años más tarde para agradecer de alguna manera lo que han aprendido y muchas veces para pedir la oportunidad de volver.

El año pasado con todo el trabajo emocional que estamos haciendo en el equipo de Namar Brand Factory nos dimos cuenta de estos dos fenómenos; y de este análisis, unido al lema de NAMAR Brand Factory, FTR, sale la oportunidad de montar con una regularidad bimensual un evento de PUERTAS ABIERTAS en el que regalamos nuestro tiempo y riqueza de una manera fácil y fluida.



## "SIEMPRE SE COSECHA LO QUE SE SIEMBRA"

Así que, con la intención de DAR para RECIBIR, montamos un espacio para compartir todo lo que somos y sabemos con toda la comunidad, escuelas, familias de nuestro equipo, amigos, excolaboradores, clientes, posibles clientes... a cualquier persona que quiera CONOCERNOS.

Paseamos por todo Namar Brand Factory explicando todo el recorrido de un trabajo: enseñando los diferentes departamentos, toda la tecnología, poniendo conciencia en los procesos que hemos dibujado a nuestra medida... tenemos a todo el equipo enfocado y disponible para recibirlos a todos, ¡incluso invitamos a que nuestros visitantes puedan utilizar la última tecnología en soldadura a láser!

Lo hacemos desde la pura generosidad y coherencia con todo lo que siempre hemos dicho y sentido, así que hoy te dejamos a ti también la oportunidad de venir a conocernos.

## DAMOS LO QUE SOMOS Y SOMOS LO QUE DAMOS ¿TE ABRIMOS LA PUERTA?

# FTR

- \* Nuestros valores principales FTR:
- Somos **Fluidos**
  - Cuidadosos con el **Tiempo**
  - Generando **Riqueza** para nosotros y nuestro entorno

Puedes leer más sobre nosotros en nuestra página web: [www.namar.es](http://www.namar.es)



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



**namar**  
brand factory

Instagram: [instagram.com/namar.brand.factory](https://www.instagram.com/namar.brand.factory)  
Facebook: [facebook.com/Namarbrandfactory](https://www.facebook.com/Namarbrandfactory)  
LinkedIn: [linkedin.com/company/namarbrandfactory](https://www.linkedin.com/company/namarbrandfactory)  
Teléfono: **671 540 440**

# ¿Sabes qué normativas afectan al sector de Rótulos Luminosos?



Redacción  
**ASERLUZ**

La normativa nacional y europea nos exige garantizar la seguridad tanto para nuestros trabajadores como del público en general a la hora de fabricar e instalar rótulos luminosos. Para ello los fabricantes de nuestro sector han de cumplir y tener en cuenta una serie de normativas. A continuación, desglosamos las principales normativas que rigen este sector y cómo se alinean con las normas internacionales para asegurar la máxima seguridad.





## Marcado CE: El Sello de Conformidad Europea

El Marcado CE es mucho más que un simple logotipo en los productos; es una garantía de que los rótulos luminosos cumplen con los estrictos requisitos de seguridad, salud y protección del medio ambiente establecidos por la Unión Europea.

### Aspectos clave:

**Evaluación de Conformidad:** Los fabricantes deben llevar a cabo rigurosas pruebas y análisis de riesgos para asegurar que los rótulos no presentan peligros.

**Documentación Exhaustiva:** Es indispensable mantener una declaración de conformidad CE y una completa documentación técnica que respalde la seguridad del producto.

El Marcado CE también se integra con normas internacionales como la ISO 9001 (gestión de calidad) e ISO 14001 (gestión ambiental), facilitando un enfoque sistemático para garantizar la conformidad.

**[PINCHA AQUÍ PARA MÁS INFORMACIÓN](#)**





**LETRA**CORPÓREA

Si piensas en letras corpóreas,  
[letracorporea.com](http://letracorporea.com)



¿Cómo lo hacemos?



[info@letracorporea.com](mailto:info@letracorporea.com) / T. 974 311 192







## Reglamento de Instalaciones de Protección Contra Incendios (RIPCI): Seguridad en Primera Línea

El RIPCI establece las condiciones que deben cumplir las instalaciones de protección contra incendios en edificios y establecimientos, asegurando que los rótulos luminosos no representen un riesgo en caso de incendio.

### Aplicaciones prácticas:

**Materiales Ignífugos:** Los rótulos deben estar contruidos con materiales que minimicen el riesgo de combustión.

**Ubicación Estratégica:** Deben instalarse de manera que no obstruyan las rutas de evacuación ni las salidas de emergencia.

Esta normativa se complementa con la ISO 45001 de sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo, que proporciona un marco para reducir riesgos y mejorar la seguridad en el entorno laboral.

**[PINCHA AQUÍ PARA MÁS INFORMACIÓN](#)**





## Reglamento Electrotécnico para Baja Tensión (REBT): Protección Contra Riesgos Eléctricos

El REBT es esencial para asegurar que las instalaciones eléctricas de baja tensión, como los rótulos luminosos, sean seguras y eficientes.

### Requisitos esenciales:

**Seguridad Eléctrica:** Los rótulos deben diseñarse para evitar cortocircuitos y descargas eléctricas peligrosas.

**Instaladores Certificados:** Los trabajos de instalación deben ser realizados por profesionales cualificados y con la formación adecuada.

El REBT se alinea con la norma IEC 60364 de instalaciones eléctricas de baja tensión, que establece directrices internacionales para garantizar la seguridad eléctrica.

**[PINCHA AQUÍ PARA MÁS INFORMACIÓN](#)**







## Código Técnico de la Edificación (CTE): Integración Segura y Eficiente

El CTE no solo se enfoca en la seguridad estructural de los edificios, sino también en la eficiencia energética y la seguridad de los usuarios.

### Secciones relevantes:

**Eficiencia Energética (HE):** Los rótulos luminosos deben diseñarse para ser energéticamente eficientes, minimizando el consumo eléctrico.

**Seguridad de Utilización (SU):** Deben instalarse de manera que no representen un riesgo para los ocupantes del edificio.

Este código está en consonancia con la ISO 50001 de sistemas de gestión de energía, que ayuda a las organizaciones a mejorar su eficiencia energética.

**[PINCHA AQUÍ PARA MÁS INFORMACIÓN](#)**





## Ley de Prevención de Riesgos Laborales: Protección del Trabajador

La seguridad laboral es una prioridad, y la Ley de Prevención de Riesgos Laborales busca garantizar un entorno seguro para los trabajadores del sector de los rótulos luminosos.

### Medidas preventivas:

**Evaluación de Riesgos:** Identificación y mitigación de riesgos específicos, como el trabajo en altura y la manipulación de equipos eléctricos.

**Equipos de Protección Individual (EPI):** Provisión y uso obligatorio de EPI adecuados para cada tarea.

La implementación de esta ley se apoya en la ISO 45001, que establece un marco para gestionar la seguridad y salud en el trabajo de manera eficaz.

**[PINCHA AQUÍ PARA MÁS INFORMACIÓN](#)**





## Otras Normativas Relevantes: Medioambiente y Regulaciones Locales

### **Normativas Medioambientales:**

**Directiva RAEE:** Gestiona el tratamiento y reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, incluyendo los rótulos luminosos al final de su vida útil.

### **Normativas Locales:**

**Regulaciones Municipales:** Pueden imponer restricciones adicionales sobre la instalación y uso de rótulos, especialmente en áreas históricas o de conservación.

**Normativas de Publicidad Exterior:** Legislaciones que regulan el contenido, tamaño y ubicación de rótulos para evitar la contaminación visual y garantizar la seguridad vial.

Importante destacar que Integrar normas ISO en los procesos internos puede proporcionar un enfoque estructurado y eficaz que mantenga altos los estándares de seguridad y eficiencia. En un sector donde la innovación y la visibilidad son clave, garantizar la seguridad y conformidad es esencial para el éxito y la confianza del consumidor.



# NAMAR BRAND FACTORY,

## CREADORES DE ELEMENTOS CORPORATIVOS PARA LAS GRANDES MARCAS

### DE DÓNDE VENIMOS



Quien conoce la historia de Santi y José conoce su confianza mutua extrema, conoce su comunicación cómplice, conoce sus aprendizajes emocionales con historias semejantes.

24 años de vivencias y experiencias de crecimiento, mayoritariamente a través de errores y esfuerzo; con una búsqueda permanente en evolucionar en sistemas, en procesos, en tecnología... es la actitud que les caracteriza.

En la última década nuestro enfoque de crecimiento toma especial relevancia en la parte personal y emocional, y cómo no, nos volcamos al 1000%.

Traer a la gestión diaria de la empresa rutinas y prioridades de conocimiento, crecimiento y desarrollo personal/emocional nos cuesta más o menos 12/15 meses. Convencidos de que el camino es éste, lo ampliamos a toda la empresa poniendo foco en cada departamento y en cada persona con alguna necesidad imperiosa. A su vez, trabajamos la constancia en los departamentos físicamente más cercanos a nosotros, para empezar a inspirar y contagiar diariamente a quien podemos observar y ayudar con más constancia y rapidez.

Este trabajo tan profundo y distinto, apenas conocido en grandes empresas a nivel mundial, y aún poco comentado en el mundo empresarial más cercano, se ve, se huele y se siente cuando visitas Namar Brand Factory.

Desde el punto de vista de un visitante te sientes navegando en un ambiente de tranquilidad, de innovación, de humanidad, de profesionalidad y de excelencia. Mientras que en el equipo de Namar Brand Factory seguimos entrando más a fondo y trabajando las creencias limitantes, bloqueos y patrones emocionales sin parar.

Parece idílico lo que explicamos, pero de idílico tiene muy poco; es un trabajo duro, muchas veces doloroso, muy exigente emocionalmente para cada miembro individualmente y en la interacción entre todos. Lo hacemos seguros de querer quitar la bacteria que va provocando dificultades y retrasos en nuestro lema FTR, para llegar a nuestro objetivo profundo: transformar la vida de todo nuestro entorno empezando por la nuestra.

### ¡VIBRAR POR ENSEÑAR!

Parte de nuestra misión es enseñar. Enseñar desde el ejemplo, desde la experiencia, desde la vivencia en primera persona. Enseñar a SER.

Nos ilusiona y nos motiva poder crear un espacio de aprendizaje de y para nuestro oficio, no porque no exista, sino porque nos apasiona esta profesión.

La ilusión, excelencia y conocimiento que ponemos en el desarrollo y fabricación de cada elemento que imaginamos y construimos es tan única, tan especial y tan fuerte que nos parece un egoísmo tan cruel que debería ser un crimen no compartirlo, no crear un legado de esta esencia para las generaciones futuras.

Parte de tocar y transformar las vidas a nuestro alrededor, parte de agradecer con actitudes que acompañan nuestras palabras y sentimientos está en enseñar; parte de devolver a la vida todo lo que hemos recibido, aunque venga de nuestro trabajo y dedicación, tiene que estar en enseñar.

Namar Brand Factory va mucho más allá del nosotros. Namar Brand Factory se construyó con muchos más y queremos que se "entregue" a muchos otros; ésta es la visibilidad que estamos creando y queremos crear cada día.



Puedes leer más sobre nosotros en nuestra página web: [www.namar.es](http://www.namar.es)



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



**namar**  
brand factory

[instagram.com/namar.brand.factory](https://www.instagram.com/namar.brand.factory)

[facebook.com/Namarbrandfactory](https://www.facebook.com/Namarbrandfactory)

[linkedin.com/company/namarbrandfactory](https://www.linkedin.com/company/namarbrandfactory)

671 540 440



## ¡UN DON!

Tal vez pueda sonar prepotente o poco humilde, lo asumimos, pero para aquellos que han tenido la oportunidad de trabajar codo con codo con nosotros en sus proyectos de marca lo reconocerán al leerlo, y quizás solo al leerlo puedan dar forma a lo que han sentido.

Cierto es que para llegar lejos en logros muchos dirían que con disciplina y saber hacer es suficiente. Y probablemente tengan razón si lo que quieren en su vida es simplemente alcanzar logros; es suficiente.

Pero si lo que quieres y sientes es que hay algo más para DAR, para VIVIR y para TRANSFORMAR, la disciplina y el saber hacer no son suficientes; hace falta un DON, una PASIÓN, algo que te mueva más allá de lo superficial y mundano.



*Es difícil poner en palabras lo que se siente cuando ves el mundo desde tu DON y parece que nadie más lo ve o vive como tú. La mejor manera de describir lo que intento explicar sería vivir la experiencia de pasear con Santi por una calle llena de tiendas y escuchar sus explicaciones sobre la visibilidad de cada tienda, de cada negocio por el que pasa; escuchar la preocupación apasionante con la que habla del impacto de una mala visibilidad en las ventas, es impresionante.*

*Santi tiene "la habilidad de saber decirte cómo podrás ser visible según el entorno donde estés, teniendo en cuenta tu negocio y tu público objetivo"*

*Como él ha dicho en conversaciones que hemos tenido tantas veces que hasta he perdido la cuenta: "Puedes gastar mucho y no ser visible y gastar poco y tener justo la visibilidad que buscas".*

*Yo me atrevo a añadir que querer vender es una cosa; querer servir desde tu propósito de vida, desde tu sueño, desde tu ilusión, es otra totalmente distinta; y Santi tiene el DON de identificar la esencia de tu negocio.*

*Podría intentar justificar que lo sabe hacer porque él vive desde sus pasiones, porque él ha montado su negocio en algo que sale de su esencia, y aunque todo esto sea verdad, creo firmemente que él tiene un DON.*

*(Perspectiva de un profesional que ha colaborado como externo con el equipo de NAMAR Brand Factory en los últimos años)*



Puedes leer más sobre nosotros en nuestra página web: [www.namar.es](http://www.namar.es)

**namar**  
brand factory

## **PORQUE LOGRAMOS ELEMENTOS FANTÁSTICOS Y TRABAJOS EXTRAORDINARIOS COMO LA BIBLIOTECA PREMIADA COMO LA MEJOR DEL MUNDO...**

Hay un dicho que dice que "los semejantes se atraen". Pues nada mejor que unirte a personas que te suman y que juntos se transformen en algo mucho mejor. Si antes decíamos que las historias de Santi y José son semejantes, también sus capacidades desde el punto de vista de intensidad lo son.

El DON de Santi es extraordinario, cierto, pero ¿a cuántas personas llegaría su don si él no lo compartiera, no lo pusiera al servicio de los demás o si simplemente quisiera trabajar solo para ser la estrella?

Ahí entra la extraordinaria capacidad de José y su habilidad inconmensurable de acción y producción. Si a esto añadimos la tan reconocida confianza ciega que tienen entre ellos, es el cóctel perfecto para una fusión perfecta, única y extraordinaria que resulta en proyectos perfectos, únicos y extraordinarios. Y han funcionado así durante años, pero algo faltaba...

Y en la búsqueda del equipo número 1, porque si tienes los clientes número 1 tienes que tener las ideas, los materiales, las tecnologías y el servicio número 1, otros talentos se van añadiendo.

Qué huella queremos dejar para sembrar la transformación en nuestro entorno

## **QUÉ HUELLA QUEREMOS DEJAR PARA SEMBRAR LA TRANSFORMACIÓN EN NUESTRO ENTORNO**

En el cliente: una experiencia que provoque recuerdos que den ganas de hablar de nosotros a todo su entorno y que empiecen a buscar para todo en sus vidas profesionales a la altura de lo que se merecen.

En el equipo: un conocimiento consciente de las capacidades, fortalezas y dificultades de cada persona, pero especialmente el propósito de querer ser su mejor versión cada día y no acomodarse a nada ni a nadie. Esto implica aprender de todos incluso de aquellos que aparentemente saben menos.

En sinergia con otros: que sientan el reconocimiento, siempre, de la importancia que tiene para Namar Brand Factory cada aportación, por más pequeña que sea y del valor que nos añade y añadimos unos a otros.

En la comunidad: la ilusión de que otros busquen su pasión y que tengan el coraje de dedicarle su tiempo y energía para entregar algo único y vivir algo único, porque eso es el inicio de la oportunidad de ser próspero y abundante.

Las grandes mentes no piensan alineadas; ellas se retan mutuamente a pensar distinto e ir más lejos. ¿Nos retas?



Puedes leer más sobre nosotros en nuestra página web: [www.namar.es](http://www.namar.es)

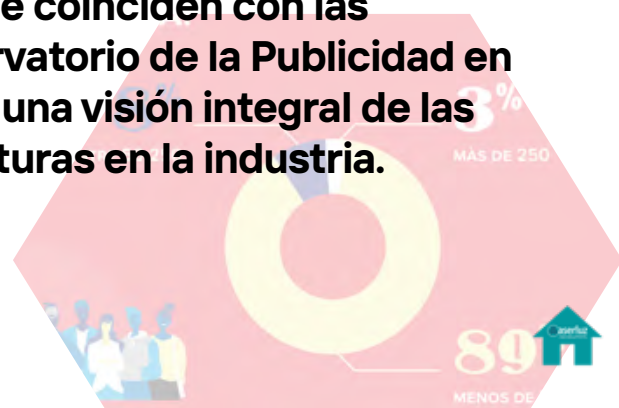


# Información y conclusiones del estudio de FESPA y CPRINT



Redacción  
**ASERLUZ**

**En nuestra última edición tuvimos la oportunidad de explorar las tendencias actuales y futuras de la publicidad en España a través de un informe detallado publicado por el Observatorio de Publicidad. Este número profundizamos en el estudio realizado por FESPA España en colaboración con C!PRINT Madrid, que ofrece una perspectiva detallada sobre la evolución y proyecciones del sector de la comunicación visual y la impresión en España. Este análisis revela aspectos clave que coinciden con las observaciones del Observatorio de la Publicidad en España, proporcionando una visión integral de las tendencias actuales y futuras en la industria.**





**El sector de la comunicación visual muestra signos de un crecimiento robusto, con una expansión del 13% en los ingresos anuales proyectada para los próximos dos años**

El estudio de FESPA España, basado en una encuesta a proveedores de servicios de impresión de gran y medio formato, presenta varias conclusiones significativas:

### **Crecimiento proyectado del sector**

El sector de la comunicación visual muestra signos de un crecimiento robusto, con una expansión del 13% en los ingresos anuales proyectada para los próximos dos años. Este optimismo refleja una recuperación vigorosa y una adaptación exitosa a los nuevos desafíos económicos y tecnológicos post-COVID-19.

### **Prioridad en la digitalización**

Uno de los hallazgos más destacados es la priorización de la digitalización en las empresas del sector. Más del 30% de las compañías encuestadas han implementado planes de digitalización, tanto en la producción como en la organización. Este enfoque no solo optimiza los procesos, sino que también refleja un cambio hacia modelos de negocio más sostenibles y adaptativos.



## La diversificación hacia nuevos mercados es la estrategia principal para más del 35% de las empresas encuestadas

### Sostenibilidad y economía circular

El estudio subraya la importancia de la sostenibilidad y la economía circular, con empresas que están incrementando sus inversiones en estas áreas. Esto demuestra un compromiso con prácticas empresariales responsables y responde a las demandas de consumidores y legislaciones cada vez más enfocadas en la sostenibilidad ambiental.

### Diversificación hacia nuevos mercados

La diversificación hacia nuevos mercados es la estrategia principal para más del 35% de las empresas encuestadas. Esto sugiere una tendencia hacia la exploración de nuevas oportunidades y nichos de mercado, posiblemente impulsada por la necesidad de adaptarse a un panorama competitivo en constante evolución.

### Inversión en talento y formación

La inversión en talento nuevo y la formación de personal también se destacan como prioridades.



Abordar el desajuste entre las habilidades disponibles y las demandas del mercado es crucial para el futuro del sector, asegurando que las empresas cuenten con el personal calificado necesario para mantener su competitividad.

### **Coincidencias con el Observatorio de la Publicidad en España**

Aunque el enfoque del estudio de FESPA España está en la comunicación visual y la impresión, sus conclusiones coinciden en varios aspectos con el "Observatorio de la Publicidad en España 2023", proporcionando una visión coherente de las tendencias en la industria publicitaria más amplia.

### **Importancia de la digitalización**

Ambos estudios destacan la digitalización como un factor clave para el futuro del sector. La implementación de tecnologías digitales es vista como esencial para optimizar procesos y adaptarse a las nuevas demandas del mercado.

### **Sostenibilidad como eje central**

La sostenibilidad y la economía circular son prioridades en ambos estudios. Las empresas están aumentando sus inversiones en prácticas sostenibles, reflejando una respuesta proactiva a las crecientes demandas de consumidores y reguladores.

### **Diversificación y exploración de nuevos mercados**

La tendencia hacia la diversificación es otro punto de coincidencia. Tanto en la publicidad como en la comunicación visual, las empresas están buscando nuevas oportunidades de mercado para reducir riesgos y aprovechar nuevas áreas de crecimiento.

**La sostenibilidad  
y la economía  
circular son  
prioridades en  
ambos estudios**



**Abordar el desajuste de habilidades y asegurar que el personal esté adecuadamente capacitado es vital para mantener la competitividad en ambos sectores**

## Enfoque en la formación y el talento

La inversión en talento y la formación continua también es una prioridad común. Abordar el desajuste de habilidades y asegurar que el personal esté adecuadamente capacitado es vital para mantener la competitividad en ambos sectores.

## Optimismo

El estudio de FESPA España ofrece una visión optimista y estratégica del sector de la comunicación visual en España. Coincide con el Observatorio de la Publicidad en varios aspectos clave, como la digitalización, la sostenibilidad, la diversificación y la inversión en talento. Juntos, estos informes proporcionan una hoja de ruta clara para el avance y la innovación en la industria, reflejando una recuperación vigorosa post-pandemia y una preparación proactiva para las oportunidades futuras.

## RECOMENDACIONES

A modo de colofón, basándonos en estos estudios sectoriales, queremos apuntar a las siguientes recomendaciones para tu empresa:

- **Acelerar la digitalización:** invertir en tecnologías digitales para optimizar procesos y mejorar la eficiencia operativa.
- **Fomentar la sostenibilidad:** adoptar prácticas empresariales responsables y sostenibles para cumplir con las demandas regulatorias y de los consumidores.
- **Diversificación estratégica:** explorar nuevos mercados y nichos para reducir la dependencia de un solo segmento y aumentar la resiliencia.
- **Invertir en talento:** promover la formación continua y atraer nuevo talento para cerrar la brecha de habilidades y mantener la competitividad.

Estas estrategias permitirán a las empresas no solo recuperarse de los desafíos pasados, sino también posicionarse favorablemente para el crecimiento y la innovación futura.

# 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

€ Tarifa plana



ISO 9001



ISO 14001



ISO 45001



Normad  
de Calidad

[smart-quality.es](http://smart-quality.es) - [comercial@smart-quality.es](mailto:comercial@smart-quality.es)



Hoy visitamos

ICÓNICA

## ICÓNICA IMAGEN

Experiencia, profesionalidad y  
flexibilidad para dar respuesta a  
todo tipo de clientes





Icónica Imagen es una empresa referente en la zona norte que trabaja a nivel nacional. Se dedica a la fabricación de rótulos de todo tipo, sirviendo a una amplia gama de clientes, desde los más pequeños comercios locales hasta grandes corporaciones multinacionales.

## Orígenes

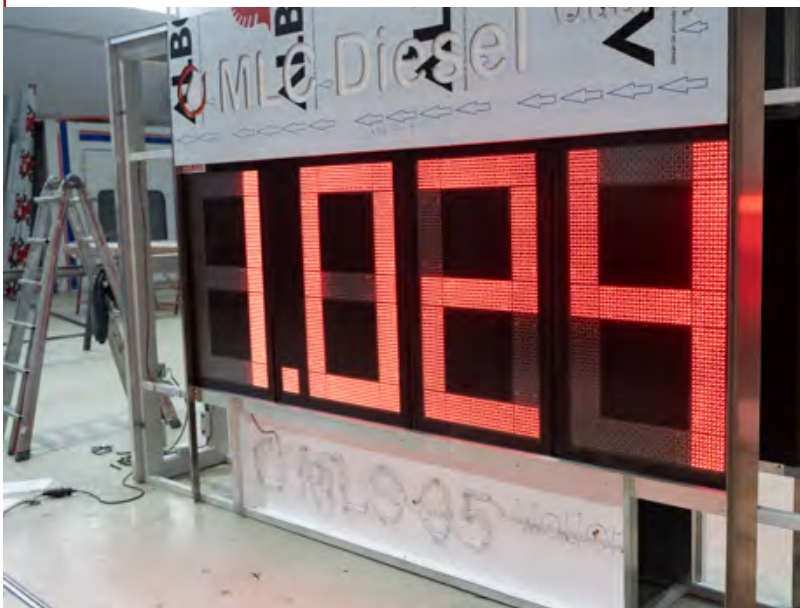
Icónica nació en 2014 de la mano de Luis Miguel San Miguel y Roberto Bartolomé, dos profesionales con más de 20 años de experiencia en el ámbito de la rotulación. Su equipo de trabajo, formado por personas con una amplia trayectoria en el sector, entre ellas ingenieros y técnicos superiores en prevención de riesgos laborales, le permitió a la empresa consolidarse rápidamente y alcanzar un alto nivel de calidad en todos sus proyectos.





## Capacidades

La capacidad de Icónica para adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente es una de sus mayores fortalezas. La empresa fabrica e instala desde los formatos más tradicionales de rotulación, como rótulos de neón, hasta las soluciones más modernas, incluyendo pantallas



LED. Unas instalaciones de 1000m<sup>2</sup> con maquinaria pesada capaz de transformar todo tipo de materiales en todo tipo de elementos de rotulación. Además, Icónica cuenta con diversos partners en toda la península e incluso delegaciones en Madrid y Sevilla. De esta manera Icónica es capaz de satisfacer cualquier demanda, sin importar su complejidad.

## Clientes

Entre su variada clientela se encuentran instituciones públicas, multinacionales y empresas de todos los tamaños. Ejemplos destacados incluyen marcas reconocidas como Mercedes-Benz, HP, IKEA, TOTAL, demostrando la confianza y el prestigio que Icónica ha ganado en el mercado. Icónica también colabora habitualmente con empresas de industrias complementarias, tales como estudios de arquitectura, empresas de construcción e ingenierías.



## Gasolineras

Destaca su labor en el sector de las gasolineras y estaciones de servicio. Gracias a su amplia experiencia en el sector el equipo de Icónica es capaz de ofrecer un servicio integral, de asesoramiento, diseño, fabricación e instalación, para "vestir" gasolineras con su

identidad corporativa y todos los elementos de rotulación requeridos. Incluidos TOTEMS, MONOLITOS y MONOPOSTES con o sin precarios electrónicos.

## Premios

Recientemente, Icónica ha sido galardonada con el Premio Letra de Oro al mejor elemento de comunicación en volumen, una imponente estructura de 20x8 metros en Aranda de Duero para su cliente HAIZEA WINDGROUP. Este reconocimiento subraya la excelencia y la innovación que la empresa aporta a cada uno de sus proyectos.

En palabras de Roberto y Luismi, cofundadores de Icónica, *"La rotulación no es solo un elemento decorativo, sino una herramienta esencial de comunicación y visibilidad para cualquier negocio"*. ■



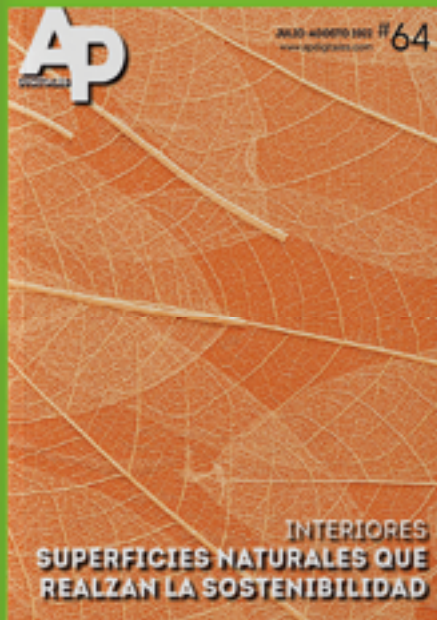
## LETRA

Premios Nacionales  
de Comunicación Visual  
y Marketing de Entorno

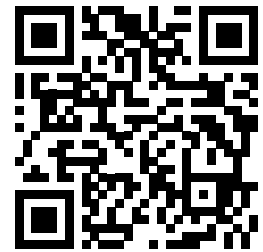


# AP

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](mailto:digitales@apdigitales.com)





# Construmat Cierra una edición con un 40% más de visitantes

Construmat impulsa la industrialización para una construcción más sostenible. La construcción industrializada ha sido la gran protagonista de la 23ª edición de Construmat, el salón de la construcción de Fira de Barcelona, que hoy cierra sus puertas en el recinto de Gran Via con un balance muy positivo. Durante tres días de intensa actividad, se registraron 21.027 visitantes, un 40% más que en 2023, consolidando a Construmat como el principal evento ferial de la construcción en España.

Con la participación de 314 expositores y más de 600 marcas representadas, un 50% más que en la edición anterior, Construmat 2024 se ha destacado por

su crecimiento y dinamización de negocios. La feria ha enfatizado la innovación y sostenibilidad, destacando la construcción industrializada, la utilización de madera, nuevos materiales y sistemas para mejorar la eficiencia energética y de agua en los edificios.

El presidente de Construmat, Xavier Vilajoana, agradeció el apoyo de más de 130 asociaciones profesionales e instituciones, y subrayó el valor añadido y las soluciones que el salón aporta a los profesionales del sector. Por su parte, el director Roger Bou destacó la variedad de ofertas sectoriales y las oportunidades de negocio generadas en esta edición.

[\*\*\*Sigue leyendo\*\*\*](#)





### **Conclusiones de la reunión anual de la ESF (FEDERACIÓN EUROPEA DEL RÓTULO): *Nuevos desafíos y oportunidades en el sector del rótulo***

El pasado 26 de Abril, tuvo lugar la reunión semestral de la ESF. Los puntos más interesantes que surgieron de dicho encuentro fueron:

En primer lugar, se planteó la idea de implantar un estándar europeo para la fabricación de luminosos. Hasta que dicha idea se materialice, os recordamos el Código del Profesional del Rótulo, elaborado por los técnicos de la ESF en 2021.

Por otra parte, también se abordó la prohibición de la elaboración de rótulos de neón por el uso del mercurio. Gracias a los esfuerzos de distintos técnicos especializados en este campo de la iluminación, se ha conseguido prorrogar el plazo, pero con restricciones, hasta 2027. Como alternativa, en el sector se ha impuesto el Neón Flex, que ha veni-

do a solucionar el problema, aunque no tenga el mismo brillo.

También se comentaron los resultados de la encuesta llevada a cabo por la ESF, que arrojó los siguientes resultados:

- Costes al alza en materiales y mano de obra, pues la inflación persiste.
- Dificultad para repercutir estos incrementos de costes en los precios finales, pues el cliente es muy sensible al alza de precios y se resiste a admitirlos.
- Demanda estable pero con muchos altibajos, generados por la enorme incertidumbre en Europa.
- Las empresas de rótulos mantendrán las plantillas, aunque el problema principal es la falta de trabajadores jóvenes que quieran aprender los distintos oficios del sector. En principio, nadie quiere desprenderse de un trabajador en el que ha invertido tiempo y dinero en su formación.

Se debatió también sobre una cuestión importante:

Cómo definir los rótulos, si como producto o como instalación.

[\*\*Sigue leyendo\*\*](#)



# PROSIGN

TECNOLOGÍAS Y MATERIALES PARA EL MERCADO DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

Nº 162 - Mayo - Junio 2023 - Año XXIV - [www.prosignhoy.com](http://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  
industrialgráfica

NUEVO

brother

AMPLIA EL HORIZONTE

WF1  
LATEX PRINTER



GTX

GTX600 Extra Colors



MÁS COLORES  
MÁS VIVACIDAD





### Drupa 2024: La Feria Internacional de Innovación en Impresión y Medios

La feria Drupa, el evento líder mundial para la industria de la impresión, medios, producción y procesamiento de papel, se celebrará del 28 de mayo al 7 de junio de 2024 en Messe Düsseldorf, Alemania. Este evento ofrece una plataforma única para explorar las últimas innovaciones y tendencias tecnológicas, reuniendo a profesiona-

les y empresas del sector de todo el mundo. Los asistentes podrán descubrir soluciones avanzadas en impresión digital, offset, packaging, y más.

La edición de este año promete ser particularmente emocionante con la introducción de nuevas tecnologías sostenibles y ecológicas, que buscan revolucionar la

manera en que se producen y distribuyen los materiales impresos. Además de la exposición de productos, Drupa 2024 contará con una serie de conferencias y talleres impartidos por líderes de la industria, proporcionando una valiosa oportunidad para el networking y el intercambio de conocimientos.

[Sigue leyendo](#)



# COLECTIVO DE ASOCIACIONES

## con las que colabora Aserluz



La Federación Europea del Rótulo, es la asociación que aglutina 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



RÓTULOS LUMINOSOS

