El Rótulo 3.0

ÓRGANO OFICIAL DE aserluz asociación española de empresarios de rótulos luminosos e industrias afines

IIIª época. Mayo 2026



ASERLUZ en FESPA Barcelona 2026

La rotulación española toma posición en una de las grandes citas internacionales de la comunicación visual

Por un puñado de píxeles

LED wall, paneles de mensaje variable y nuevos retos técnicos

Normativa en rotulación

Cómo moverse en un entorno fragmentado sin perder competitividad

LETRACORPÓREA
3D

INCORPORAMOS
IMPRESORA 3D DE GRAN FORMATO

Tecnología de
doble cabezal

La más rápida
del mercado
35 cm/h



Reduce el consumo energético y minimiza nuestro impacto ambiental.



3D MASSIVIT 1800 PRO

1,45 m x **1,15 m** x **1,80 m** de altura

LETRA CORPÓREA SIEMPRE A LA VANGUARDIA DEL SECTOR

somos la única empresa española vinculada con el sector de la comunicación con la **impresora 3D MASSIVIT 1800 Pro**, la más rápida del mercado

La incorporación de esta tecnología ofrece a nuestros clientes nuevas posibilidades de **diseño**, **personalización** y **creatividad**. Ampliamos nuestra gama de productos con elementos tridimensionales de más de **1800 mm de altura.**

Comprometidos con la innovación

Para más información info@letracorporea3d.com +34 974 311 192

ÍNDICE

Carta del Presidente Pág. 4

Aserluz en FESPA Barcelona Pág. 8

LA REDUCCIÓN DE COSTES Y LA REINGENIERÍA DE PROCESOS (Parte I) Pág. 16

Por un puñado de píxeles Pág. 24

NORMATIVA EN ROTULACIÓN: CÓMO MOVERSE EN UN ENTORNO FRAGMENTADO SIN PERDER COMPETITIVIDAD Pág. 34

Extremo Oriente como laboratorio de la rotulación contemporánea Pág. 44

Noticias Pág. 56

STAFF

Roberto Bartolomé
Presidente

Luis Martín
Vicepresidente

Manuel Ayllón
Gerente Senior

Gemma Turiégano
Secretaria

Miguel A. Ramos
Secretario

Secretario y Delegado Galicia
Alberto Taboada
Delegado Madrid
Sergio García
Delegado Castilla León
Primitivo Moya
Delegados Cataluña
Santiago Martínez
Antonio Alarcón
Delegada Andalucía
Mª de la Paz Quirós
Delegados Valencia
Miguel A. Ramos
Alberto Camina

915 358 899
608 442 717
info@aserluz.org

Responsable de la revista
El rótulo:
Miguel Ángel Gálvez
revistadigital@aserluz.org

Carta del Presidente



Roberto Bartolomé Domaica
Presidente de ASERLUZ

Estimado asociado,

Tienes ante ti un número especial de la revista El Rótulo 3.0 que acabamos de editar, tanto en formato digital como impreso, con motivo de nuestra presencia en el Salón Fespa Global Print Expo Barcelona 2026, que se celebra en la Fira 2, del 19 al 22 de Mayo de 2026, por invitación de Fespa España, asociación nacional con la que ASERLUZ mantiene una importante colaboración en diversas actividades relacionadas con el sector de la comunicación visual.

Entre los objetivos más importantes que pretendemos alcanzar está el de la divulgación de nuestro 50º Aniversario, evento que queremos celebrar en el Salón C!Print, en el próximo mes de enero. Este importante acto debe representar un antes y un después en la vida de nuestra asociación, puesto que, entre las actividades que se desarrollarán en el marco de los tres días que dura el Salón, las más notorias estarán relacionadas con la difusión de las distintas especialidades que cubre nuestro sector, desde el desarrollo del producto a partir del proyecto gráfico hasta la instalación y posterior servicio postventa que se materializa en el mantenimiento, tanto preventivo como correctivo.

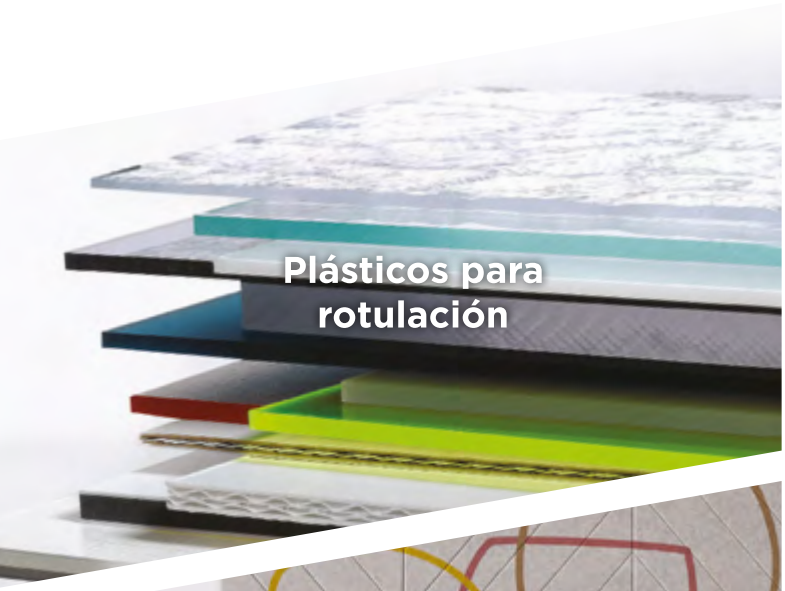
Desde esta plataforma que representa la revista, quiero hacerte partícipe de la ilusión y el interés que esta Junta Directiva que presido tiene en que todos los que formamos parte de ASERLUZ apoyemos y pongamos nuestra capacidad creativa y de trabajo para que este Aniversario permita dar a conocer la importancia que tiene nuestro sector y que otros muchos colegas que han pertenecido o que no lo han hecho hasta ahora, se unan para alzar la voz y conseguir que tanto la sociedad civil como el sector público, nos perciban como el gran aliado que somos en la mejora del paisaje urbano y en parte también rural, para iluminar y engalanar nuestras calles y avenidas con rótulos que dan vida a un sinfín de empresas y negocios de toda índole.

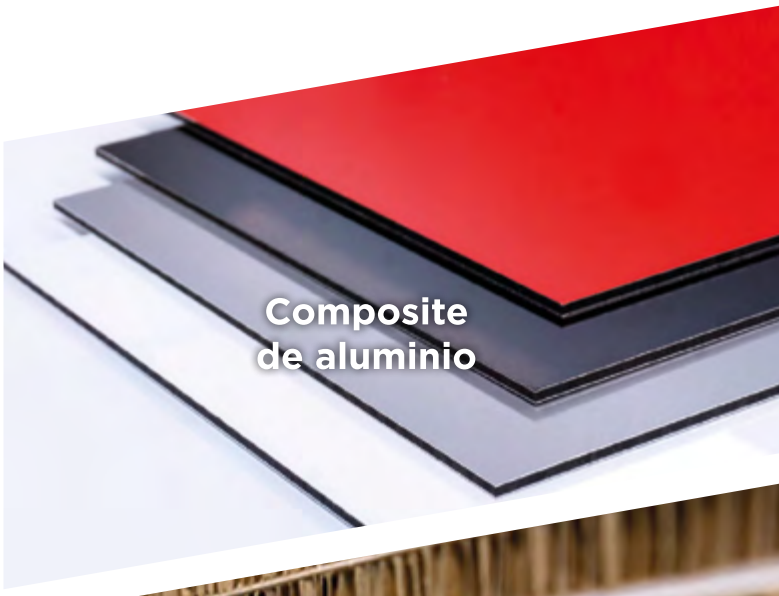
Un cordial saludo,

Roberto Bartolomé
Presidente de ASERLUZ

endutex®

Materiales técnicos y equipos industriales para rotulación













aserluz

asociación española de empresarios de rótulos luminosos e industrias afines

FESPA GLOBAL PRINT EXPO 2026

ASERLUZ, presente en FESPA Barcelona 2026

La asociación participa en la feria dentro del stand de FESPA España, en el 2.1 – F28, y distribuye ejemplares impresos de El Rótulo en una edición especialmente relevante para el sector de la comunicación visual.



ASERLUZ está presente en FESPA Barcelona 2026, que se celebra del 19 al 22 de mayo en Fira Barcelona – Gran Via, dentro del stand de FESPA España, situado en el 2.1 – F28. La asociación cuenta con un espacio de encuentro para recibir a sus asociados, reforzar su presencia institucional y dar visibilidad al sector de la rotulación en una de las grandes citas internacionales de la impresión, la señalización y la comunicación visual.

Además, ASERLUZ lleva a la feria ejemplares impresos de la revista El Rótulo, que se distribuyen durante el evento como muestra del trabajo editorial y divulgativo que la asociación desarrolla para el sector. Esta edición especial permite acercar a profesionales, proveedores y entidades colaboradoras algunos de los temas que hoy marcan la evolución de la rotulación: la tecnología LED, la señalización digital, la normativa municipal, la sostenibilidad, la eficiencia de procesos y las nuevas oportunidades que se abren en el ámbito de la comunicación visual.

FESPA Barcelona 2026 reúne a profesionales y empresas vinculadas a la impresión, la señalización, la personalización, el textil, el cartón ondulado, los revestimientos y las distintas áreas de la comunicación visual. Para el sector español, esta edición tiene un significado especial al celebrarse en Barcelona y contar con una presencia destacada de FESPA España, que actúa como punto de encuentro para asociaciones, empresas y profesionales.

Un espacio de encuentro para los socios

La presencia de ASERLUZ en FESPA Barcelona 2026 es posible gracias a la colaboración de FESPA España, que cede un espacio dentro de su stand a la asociación. Este punto permite recibir a asociados, mantener encuentros profesionales, facilitar contactos y reforzar la visibilidad de la rotulación dentro de una feria de referencia internacional.

Para ASERLUZ, estar presente en este entorno supone una oportunidad para acercarse a empresas, proveedores y entidades vinculadas a la cadena de valor de la comunicación visual. La feria ofrece un marco idóneo para compartir experiencias, conocer tendencias, detectar nuevas oportunidades y fortalecer relaciones institucionales y empresariales.

FESPA Barcelona 2026 reúne en Fira Barcelona – Gran Via a empresas, profesionales y asociaciones vinculadas a la impresión, la rotulación, la señalización, el textil, el cartón ondulado, los revestimientos y las distintas áreas de la comunicación visual

ASERLUZ cuenta con un espacio de encuentro dentro del stand de FESPA España, desde el que atiende a asociados, profesionales, proveedores y entidades interesadas en conocer mejor la actividad de la asociación y su papel dentro del sector

FESPA España cuenta con un stand de 60 m² en el que comparte espacio con entidades representativas del sector como ASERLUZ, FYVAR, el Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya y Signolia. Este planteamiento convierte el stand en algo más que una zona expositiva: es un espacio común para el diálogo, la colaboración y el intercambio de conocimiento entre profesionales de la comunicación visual.

Conferencias en español y contenidos sectoriales

Uno de los elementos más destacados de esta edición es el programa de conferencias impulsado por FESPA España, que incluye contenidos en español dentro del marco de la feria. Esta programación facilita el acceso al conocimiento y permite abordar temas de interés directo para las empresas españolas del sector.

Entre los contenidos previstos se encuentran cuestiones relacionadas con la comunicación visual en el deporte, la integración de la inteligencia artificial en los procesos de una imprenta de comunicación visual, la sostenibilidad aplicada al diseño y al cartón técnico, el papel de las asociaciones en el crecimiento empresarial y la comunicación visual en ámbitos como el arte y la cultura.

También forma parte del programa el Primer Encuentro Iberoamericano de la Comunicación Visual, así como un encuentro con asociaciones FESPA de Latinoamérica. Esta dimensión internacional amplía la mirada sobre el sector y favorece el intercambio de experiencias entre profesionales de distintos mercados.

Una feria para tomar el pulso al sector

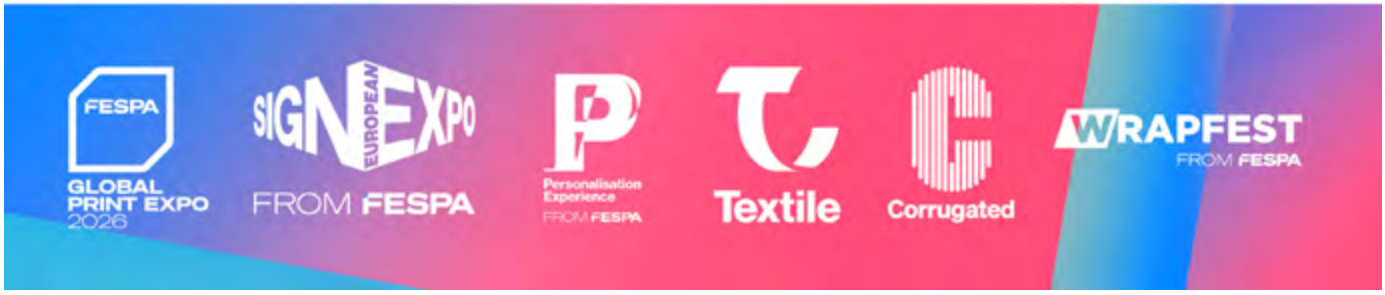
La asistencia a FESPA Barcelona 2026 también está siendo facilitada para los asociados de ASERLUZ. FESPA España ha invitado a los asociados a acudir gratuitamente a la feria mediante un código de registro, una iniciativa que permite que más empresas puedan conocer de primera mano las novedades, soluciones y tendencias que están marcando la evolución de la comunicación visual.

Para los profesionales de la rotulación, una feria como FESPA Barcelona 2026 representa mucho más que una exposición de maquinaria, materiales o tecnología. Es un lugar donde observar hacia dónde se dirige el mercado, cómo están evolucionando los soportes visuales, qué papel tienen la digitalización y la sostenibilidad, y qué oportunidades pueden surgir de la colaboración entre empresas, asociaciones y proveedores. Además, el stand de FESPA España funciona como un espacio activo durante la feria. La presencia de Signolia, con la realización de un podcast en directo, contribuye a generar contenido, entrevistas y conversaciones con profesionales del sector. A ello se suma la participación del ganador del World Wrap Masters Spain, que representa a España en la competición internacional.

ASERLUZ, presente donde se define el futuro de la rotulación

La participación de ASERLUZ en este marco refuerza la importancia de que el sector de la rotulación esté presente en los espacios donde se define buena parte de su futuro. La transformación tecnológica, los nuevos materiales, la comunicación visual digital, la impresión avanzada, la personalización y la integración de soluciones más sostenibles forman parte de un escenario en el que las empresas rotulistas tienen mucho que aportar.

FESPA Barcelona 2026 es, por tanto, una cita clave para tomar el pulso al sector, ampliar contactos y reforzar la visibilidad de la rotulación dentro del conjunto de la comunicación visual. ASERLUZ está allí para acompañar a sus asociados, representar al sector y seguir construyendo vínculos con entidades y profesionales que comparten una misma realidad: la comunicación visual es hoy un ámbito cada vez más técnico, estratégico y necesario para empresas, ciudades e instituciones.



Tu distribuidor de confianza

- Metacrilato
- Policarbonato
- Aluminio Composite
- Fenólico
- Vinilos decorativos
- Láminas solares
- Films técnicos
- Poliester
- PVC
- Materiales ecológicos
- Polipropileno alveolar
- Lonas
- Vinilos de impresión y corte
- Plásticos técnicos
- Pantallas rotulación digital
- Iluminación LED

thyssenkrupp



enginnering. tomorrow. together.

Visita nuestra web www.tkpi.es

Acuerdos ASERLUZ

Beneficios para tí, si te asocias

SOLUCIONES PARA EL SECTOR DE LA ROTULACIÓN

endutex®

Consigue un descuento adicional por ser socio sobre cualquier descuento que ya tengas

ECOTEX
IMPRESIÓN TEXTIL SUBLIMACIÓN

Hasta un 30% de descuento en compras online, si eres socio

SUNCLEAR
ESPAÑA

Descuentos de hasta más del 60% en materiales como metacrilato, policarbonato, composite o PVC espumado

Spandex
inspiring creativity

Pack exclusivo de bienvenida para socios con herramientas y cartas de color

NOVA prisma

Descuentos adicionales en primeras marcas internacionales de vinilos e impresión digital

TECNOLOGÍA LED

5% de descuento adicional en pedidos superiores a 600 €

Hasta un 20% de descuento según el volumen del pedido

ASESORIAS, ABOGADOS LABORAL, FISCAL, MERCANTIL

Consultas rápidas gratuitas y hasta un 15% de descuento en honorarios

Consultas fiscales, laborales y contables a precios reducidos para socios

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

10% de descuento en licencias y servicios de coordinación de actividades empresariales

Precios especiales en prevención de riesgos laborales

Condiciones especiales para los miembros de ASERLUZ

NORMA DE CALIDAD ASERLUZ

Condiciones preferentes en certificaciones de calidad

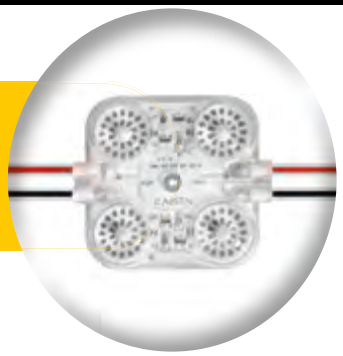
KAISEN

EMPRESA LÍDER A NIVEL MUNDIAL: Presencia en + 30 países; en España desde 2023, con almacén para entrega en 24h.
KAISEN fabrica todos sus productos y la venta es directa (sin intermediarios), **con precio muy competitivo.**

KAISEN ofrece **garantía extendida en todos sus productos** (cubre material y los gastos de mano de obra de reposición, hasta 10 años, según modelos).

La ÓPTICA D25, desarrollada por KAISEN, con gran angular de 175° que permite el **menor numero de módulos/m² del mercado.**

MODULOS: Especiales para corpóreos, para cajas de luz (con 4 módulos se puede iluminar 1 m2), doble cara, y módulos MINI para letras muy pequeñas.





FUENTES: Todas con carcasa metálica IP67, y las de interior, son ultrafinas. Con garantía extendida de hasta 7 años. De 5W a 360W.

TIRA LED Y NEÓN: Amplia variedad de tiras led, desde 5W/m a 14 W/m, y Tira continua COB; también Zig-Zag precortada y troquelada. NEÓN FLEX en 2 formatos: compacto y separado.





CALCULAMOS GRATUITAMENTE CUALQUIER PROYECTO <24h
(optimizando el coste total del rótulo).

Al ser fabricantes, podemos hacer cualquier PRODUCTO A MEDIDA

DESCUENTO ESPECIAL PARA TODAS LAS EMPRESAS DE ASERLUZ.

info.esp@kaisenelectric.com - 644 29 14 84 // 607 24 64 94
www.kaisenelectric.com



INNOVACIÓN EN VOLUMEN ENTRE LA IMPRESIÓN 3D Y LAS LETRAS URBANAS DE GRAN FORMATO

La empresa aragonesa consolida su liderazgo en la fabricación de letras corpóreas y elementos tridimensionales con la incorporación de tecnología avanzada y su participación en FESPA 2026, uno de los principales encuentros internacionales del sector.

El sector de la rotulación y la comunicación visual atraviesa una etapa de transformación marcada por la innovación tecnológica y la creciente demanda de soluciones tridimensionales de gran impacto. En este contexto, Letra Corpórea se ha consolidado como una de las empresas de referencia en la fabricación de volumen, combinando su experiencia industrial con la incorporación de tecnologías avanzadas como la impresión 3D de gran formato.

Con sede en Barbastro (Huesca), la compañía desarrolla su actividad a nivel nacional e internacional, trabajando para profesionales del sector como rotulistas, agencias de comunicación, estudios de diseño y arquitectura. Su propuesta se basa en un modelo de fabricación propio que permite transformar ideas en piezas tridimensionales adaptadas a múltiples aplicaciones: desde proyectos urbanos hasta acciones de marketing y eventos.

Actualmente, la actividad de Letra Corpórea se estructura en varias líneas complementarias: la fabricación de letras corpóreas en diferentes materiales, la producción de letras gigantes destinadas a espacios urbanos y la impresión 3D de gran formato aplicada a proyectos creativos y comerciales.

Impresión 3D de gran formato: una revolución en la fabricación de volumen

Uno de los hitos más relevantes en la evolución reciente de la empresa ha sido la incorporación de la impresora MASSIVIT 1800 Pro, la solución más avanzada del mercado para la producción de piezas tridimensionales de gran tamaño.

Esta tecnología permite fabricar volúmenes de hasta 1.750 mm de altura en una sola pieza, con una base de hasta 1.450 mm x 1.150 mm, y destaca por su sistema de doble cabezal, que posibilita la impresión simultánea de dos elementos. Su velocidad, que puede alcanzar los 35 centímetros de altura por hora, supone un cambio significativo en los tiempos de producción respecto a los sistemas tradicionales.

La incorporación de esta impresora sitúa a Letra Corpórea como la única empresa del sector en España equipada con esta tecnología, reforzando su posicionamiento como referente en la fabricación avanzada de elementos tridimensionales.
Las aplicaciones de la impresión 3D de gran formato son especialmente relevantes en ámbitos como el escaparatismo, las ferias, los eventos, la publicidad o el retail. Esta tecnología permite materializar conceptos creativos en piezas de gran escala, con geometrías complejas y acabados personalizados que, hasta hace pocos años, resultaban difíciles o costosos de producir.









Figuras volumétricas, letras especiales, decorados comerciales o estructuras para campañas promocionales son algunos de los ejemplos donde esta solución aporta un alto valor añadido, combinando rapidez, flexibilidad y capacidad creativa.

FESPA 2026: presencia internacional y posicionamiento en el sector

En línea con su apuesta por la innovación y la proyección internacional, Letra Corpórea está presente en FESPA 2026, uno de los eventos más importantes a nivel mundial en impresión, rotulación y comunicación visual.

La participación en esta feria internacional refuerza el posicionamiento de la empresa como uno de los actores destacados en la fabricación de letras corpóreas y soluciones volumétricas, así como su papel en la integración de tecnologías como la impresión 3D dentro de los procesos productivos del sector.

FESPA se ha convertido en un punto de encuentro clave para fabricantes, proveedores y profesionales de todo el mundo, donde se presentan las últimas innovaciones y tendencias. En este contexto, la presencia de Letra Corpórea pone de manifiesto su capacidad para competir en un entorno global, mostrando soluciones que combinan experiencia industrial, tecnología y personalización.

Letras gigantes para ciudades: identidad, turismo y espacio público

Junto a la innovación tecnológica, Letra Corpórea mantiene una de sus líneas más consolidadas: la fabricación de letras corpóreas de gran formato para espacios urbanos.

En los últimos años, este tipo de instalaciones se ha convertido en una herramienta clave para ayuntamientos y entidades locales, que buscan reforzar la identidad visual de sus municipios y generar puntos de interés turístico.

Las letras gigantes con el nombre de la localidad actúan como elementos identificativos, pero también como espacios de interacción y fotografía, contribuyendo a la visibilidad del territorio tanto a nivel físico como digital.





Letra Corpórea ha participado en proyectos de este tipo en diferentes puntos de la geografía española y europea, desarrollando soluciones adaptadas a cada entorno. Desde accesos a municipios hasta plazas, paseos o miradores, cada instalación se diseña teniendo en cuenta factores como la ubicación, la integración paisajística, la resistencia estructural y la durabilidad.

La fabricación de estas piezas requiere un alto nivel de especialización técnica, ya que deben soportar condiciones climáticas exigentes y un uso continuado en espacios públicos.

Materiales como el aluminio, el acero o el hierro corten, junto con sistemas de iluminación y estructuras específicas, forman parte de un proceso que combina diseño y funcionalidad.

Fabricación propia y control del proceso

Uno de los aspectos diferenciales de Letra Corpórea es su modelo de fabricación integral, que le permite controlar todas las fases del proceso productivo: desde el diseño técnico hasta el ensamblaje final.

Desde sus instalaciones de 3.400 m² en el Polígono Industrial Valle del Cinca, un equipo especializado desarrolla proyectos adaptados a las necesidades de cada cliente, combinando tecnología, conocimiento industrial y creatividad.

Tradición, innovación y visión de futuro

Con una trayectoria que se remonta a 1958, Letra Corpórea representa la evolución de una empresa familiar que ha sabido adaptarse a los cambios del sector, pasando de la chapistería a la rotulación y, posteriormente, a la especialización en la fabricación de letras corpóreas.

Hoy, la compañía continúa avanzando, apostando por la innovación tecnológica, la sostenibilidad y la internacionalización, sin perder su vinculación con el territorio.

La combinación de experiencia, tecnología y capacidad de adaptación permite a Letra Corpórea afrontar nuevos retos dentro del sector de la comunicación visual, consolidándose como un referente en la fabricación de volumen y en el desarrollo de soluciones tridimensionales para proyectos cada vez más exigentes.

LA REDUCCIÓN DE COSTES Y LA REINGENIERÍA DE PROCESOS (Parte I)

HACER MÁS CON LO ESENCIAL

Analizar. Simplificar. Optimizar.
La clave no está en gastar menos,
sino en hacer mejor.



MANUEL AYLLÓN

Gerente Senior de ASERLUZ

Hay una famosa frase que se repite constantemente cuando abordas una posible reducción de costes con el gerente o propietario, desde el de un pequeño taller a fábricas de mediano o gran tamaño. La frase es: "Nuestra forma de trabajar es la que hemos tenido siempre y no creo que merezca la pena cambiarla".

Esta es la primera barrera que hay que rebasar si queremos mejorar los procesos operativos y, por ende, ir a una reducción de costes, algo que puede ayudar a la salvación de la empresa, cuando las cosas se ponen difíciles.

En general suele haber o una inercia o una activa resistencia ante la posibilidad de que haya que revisar cómo se produce y, por tanto, que haya que hacer cambios porque a casi nadie le gustan, a veces incluso por desidia o indiferencia.

Pero las preguntas clave son: "¿Por qué hay que reducir los costes?" y "¿Qué costes hay que intentar reducir?".

A la primera pregunta, bastante obvia por cierto, la respuesta es clara: "para aumentar los beneficios" y así intentar asegurar su continuidad, aunque esto también se podría hacer vendiendo más sin aumentar los precios, con nuevos productos o nuevos clientes o vender lo mismo a un precio más alto, algo que no deja de ser una entelequia (término acuñado por Aristóteles para definir algo irreal o ilusorio, es decir, una verdadera quimera).

A la segunda pregunta, la respuesta hay que individualizarla según la estructura de costes y también de gastos que tiene cada empresa. En concreto, el nivel de integración que tenga, en lo que se refiere principalmente a los procesos productivos, nos va a conducir de manera indefectible a localizar los costes y gastos que se deben o pueden reducirse. Debemos recordar que existe una constante presión en el aumento de costes por distintas causas, tanto internas como externas, y en las que la inflación representa un factor clave, pues es una referencia global que se utiliza, como arma arrojadiza, para aumentar los precios de materiales, componentes y otros insumos lo que va mermando progresivamente el beneficio, obligando a intentar su reducción de forma casi permanente, ya que el mercado, en su evolución, nos lo exige para no perder competitividad.

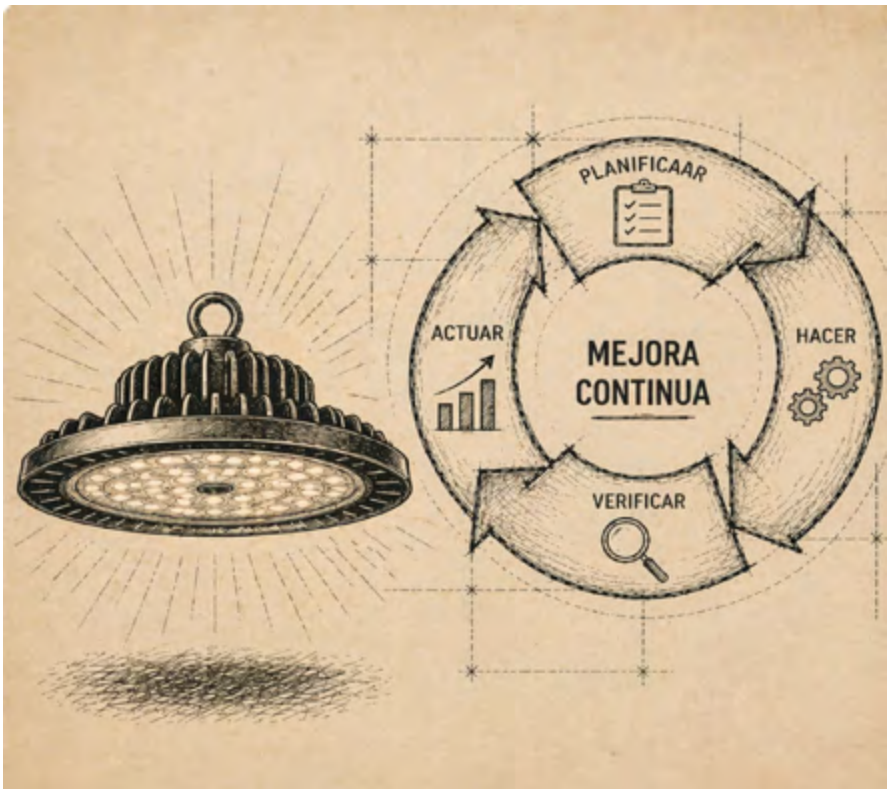
El nivel de integración que tenga, en lo que se refiere principalmente a los procesos productivos, nos va a conducir de manera indefectible a localizar los costes y gastos que se deben o pueden reducirse

Ahora se presentan dos nuevas preguntas: ¿Cómo reducirlos? y ¿Con qué medios?

La solución es compleja, pero puede estar en una combinación de dos herramientas de gestión: El Programa Analítico de Reducción de Costes y la Reingeniería de los Procesos de la Empresa.

El primero nos lleva a tener que formular cómo vamos a controlar los costes. Existen diferentes métodos para ello. Como ejemplo podríamos hablar del control por procesos, por productos, por áreas de actividad, etc. Aunque en este artículo no queremos pararnos en el método sino en la estrategia de nos debe llevar a sistematizar dicha tarea. Quédense con esta frase: Lo que no se mide y, por tanto no se analiza, no se controla y no permite implementar cambios que lleven a esa reducción.

La “Mejora Continua”, es un concepto muy manido pero no por ello falto de actualidad y de seguir siendo una estupenda herramienta para reducir costes



En estos momentos, se nos enciende la lámpara casi mágica y aparece el concepto de la “Mejora Continua”, concepto muy manido pero no por ello falto de actualidad y de seguir siendo una estupenda herramienta para reducir costes.

Simplemente, por recordar la filosofía de la MC; si detectamos en el Programa Analítico de Reducción de Costes, un área, sección, máquina o producto que, una vez analizada, presenta unas determinadas deficiencias que hacen que sus costes operativos representen una carga excesiva respecto a lo que nuestros presupuestos nos marcan, se formalizará una Acción Correctiva que, una vez puesta en escena, a modo de prueba piloto, permitirá comprobar la capacidad de corrección de dicha AC. Si el resultado de esta prueba piloto nos convence, se implementará en todo su desarrollo, volviendo a comprobar si las métricas nos confirman las mejoras y la reducción de costes y así haremos con cada uno de los recursos que manejamos en la empresa. Recordemos, en definitiva, que la Mejora Continua nos habla del ciclo:

Planificar, Implementar, Verificar y Actuar

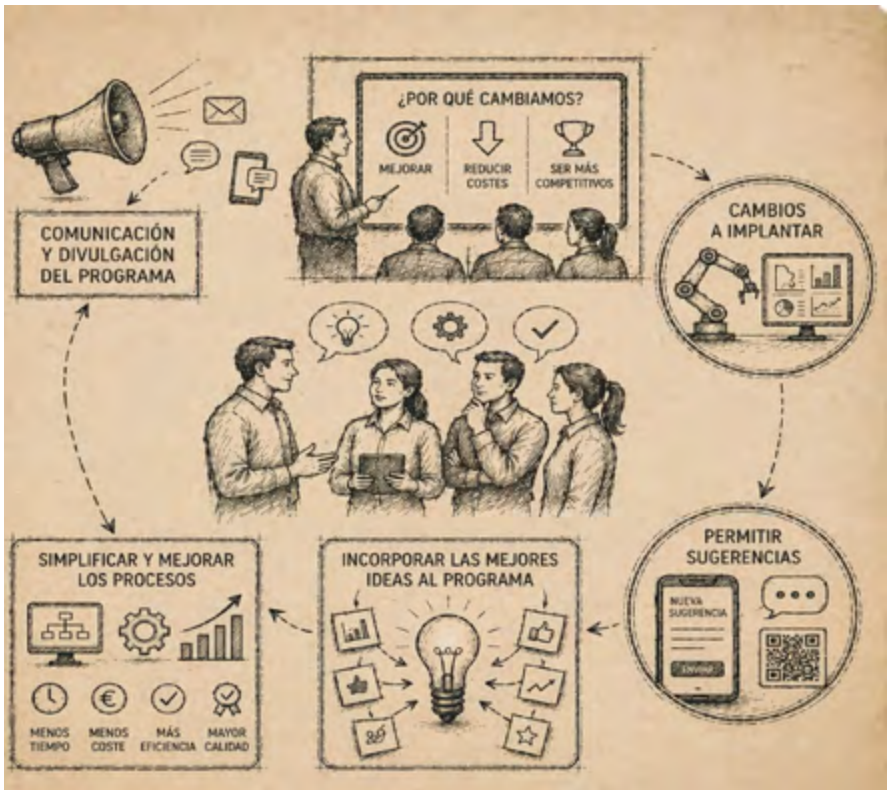
Por último, hablemos de los medios para llevar a cabo esa reducción. Aquí surge la premisa de que este Programa tiene que estar apoyado por la dirección, pero no por obliga-

ción sino por convencimiento, por lo que no solo se debe implicar, sino también se debe comprometer, pues esta tarea es uno de los pilares fundamentales para que la empresa se asegure su continuidad o por lo menos ayude a esa tarea. Importantísimo indicar que todos los integrantes, sean directivos, cuadros y resto de personal se tienen que ver protagonistas de las acciones correctivas que surgirán y cuya puesta en escena triunfará si existe esa voluntad de grupo de mejorar, pues en ello les puede ir el mantener su puesto de trabajo.

La comunicación y la divulgación del Programa deben ir acompañadas de las explicaciones de los motivos de los cambios que se deberán llevar a la práctica, permitiendo de manera fehaciente las sugerencias, incorporando en el mismo aquellas que simplifiquen y mejoren los procesos, ofreciendo incluso incentivos razonables, por grupos de trabajo o a título personal cuando las ideas presentadas signifiquen verdaderas innovaciones con claras ventajas que se traduzcan en mayores eficiencias.

Dejaremos para otro artículo la metodología a seguir en la implantación de la Mejora Continua para crear uno de los escudos más sólidos e inerciales que permite apoyar el objetivo de la continuidad de la empresa.

Importantísimo indicar que todos los integrantes, sean directivos, cuadros y resto de personal se tienen que ver protagonistas de las acciones correctivas que surgirán y cuya puesta en escena triunfará si existe esa voluntad de grupo de mejorar



Materiales, hardware y aplicaciones: Antalis impulsa la innovación en FESPA 2026

Del 19 al 22 de mayo, en Fira Barcelona, Antalis estará presente en FESPA 2026 con una propuesta que integra materiales, hardware y aplicaciones para comunicación visual. El objetivo es claro: mostrar soluciones que acompañen todo el proceso, desde la idea y la producción hasta la instalación final, en ámbitos como impresión de gran formato, rotulación, car wrapping, interiorismo, textil y alternativas más sostenibles.

En esta edición, la compañía pone el foco en la amplitud de su catálogo y en un enfoque de "solución completa", apoyado en demostraciones y casos de uso reales. Antalis se ubicará en el stand 2-B58 y, además, ofrecerá una experiencia inmersiva de interiorismo en el stand 2-C90 con su Interior Design Tour Van.

Dónde encontrarles

Antalis presentará sus innovaciones en el **stand 2-B58**, y además invitará a descubrir una experiencia inmersiva centrada en interiorismo en el **stand 2-C90**, con su Interior Design Tour Van.

Car wrapping y protección: nuevas posibilidades para personalización y durabilidad

El car wrapping se ha consolidado como un servicio con demanda estable, donde la calidad del material, la facilidad de instalación y la durabilidad son factores clave. En FESPA 2026, Antalis reforzará su oferta con nuevas gamas de Paint Protection Film (PPF) y propuestas que amplían las posibilidades en acabados, colores y aplicaciones.

Entre los lanzamientos destacan Arlon Clear Protection Film, disponible en acabados brillo o mate, con TPU y recubrimiento superior, pensado para proteger sin alterar la estética del vehículo. A ello se suma Arlon Colour Protection Film, con una paleta de 100 colores que permite combinar protección y diseño. También estará presente Avery Supreme Protection Film, ya integrada en el portfolio de Antalis.

Para quienes buscan diferenciación, la feria servirá de escaparate para tres nuevos colores de edición limitada de Arlon Premium Colour Change, desarrollados junto a Paint is Dead: Lime Time, Legacy Gold y Blue'tiful.



Más allá del material, Antalis pondrá el acento en la instalación como parte crítica del resultado final. En este sentido, se destacarán sus programas de formación y certificación, como la Arlon Elite Installer Network, lanzada en enero de 2026, y los programas Avery Dennison Certified Installers y Recognised Paint Protection Installers, orientados a profesionalizar el sector y reforzar la confianza del mercado.

Hardware y productividad: impresión, corte y acabado para flujos de trabajo más eficientes

La eficiencia en producción no depende solo de la velocidad, sino del control del flujo de trabajo y del aprovechamiento del material. En el área de hardware, Antalis se posiciona como socio del profesional que busca un portfolio integral de impresión, corte y acabado, con soluciones fiables y orientadas a la productividad.

Con marcas como HP, Canon y Epson, la compañía mostrará tecnologías como HP Latex y sus tintas, pensadas para aplicaciones exigentes y de mayor durabilidad. En corte y acabado, Antalis presentará las novedades de Summa, con herramientas de software inteligente diseñadas para optimizar el proceso y reducir desperdicios.

Los visitantes podrán ver demostraciones en vivo de la cortadora S Class 3 TC160, de la gama Summa S Series, una solución especialmente adecuada para trabajos de car wrapping, donde la precisión y la repetibilidad son determinantes para cumplir plazos y estándares de calidad.

Coala: soportes y soluciones expertas para activar ideas creativas

La marca propia de Antalis, Coala, tendrá un protagonismo especial en FESPA 2026.



Entre las novedades destaca Coala Dot, un soporte de impresión autoadhesivo con tecnología de adhesivo en forma de puntos, que permite una instalación más rápida y sencilla.

Este tipo de solución está pensada para aplicaciones temporales o de alta rotación en ventanas, paredes y suelos, especialmente en entornos como retail, exposiciones y eventos. El objetivo es facilitar el trabajo del instalador sin comprometer el resultado visual.

Textil: la ampliación de la oferta con Texo Trade Services

La comunicación visual en textil continúa La comunicación visual en textil sigue creciendo por su ligereza, versatilidad y potencial estético. En esta edición, Antalis dará a conocer la ampliación de su oferta textil a través de Texo Trade Services (TTS), incorporada al Grupo Antalis en 2025.

El portfolio incluye textiles imprimibles digitalmente, papeles de transferencia por sublimación, papeles de protección y otros soportes bajo la marca TTS, diseñados para aplicaciones como rotulación, decoración, personalización de prendas y gran formato. TTS contará con su propio stand (3-125), donde los visitantes podrán explorar la gama con mayor detalle.

Alternativas más sostenibles: materiales y herramientas para elegir mejor

stand de Antalis se presentarán opciones libres de PVC dentro del universo Coala, así como propuestas de 3A Composites como Swedboard Fibre, DISPA —un tablero de display 100 % de papel y reciclable— y SINTREX,

un sustrato de PET expandido, ligero y libre de PVC.

Para facilitar una elección informada, Antalis invitará a redescubrir la Switch-Green Box, una herramienta apoyada en el Green Star System que ayuda a identificar materiales ambientalmente responsables y comparar alternativas de forma ágil.

Interiorismo y renovación: una experiencia inmersiva

La integración de la comunicación visual en interiorismo, retail y hospitality gana peso gracias a soluciones que permiten renovar espacios sin obra y con tiempwos de ejecución reducidos. Esta visión se materializa en la Antalis Interior Design Tour Van, situada en el stand 2-C90.

Se trata de un showroom móvil inspirado en un hotel, que permite ver y tocar materiales en un entorno real. El espacio está revestido con 3M DI-NOC y 3M FASARA, acabados arquitectónicos reconocidos por su versatilidad, con una amplia variedad de referencias y aplicaciones para superficies y vidrio.

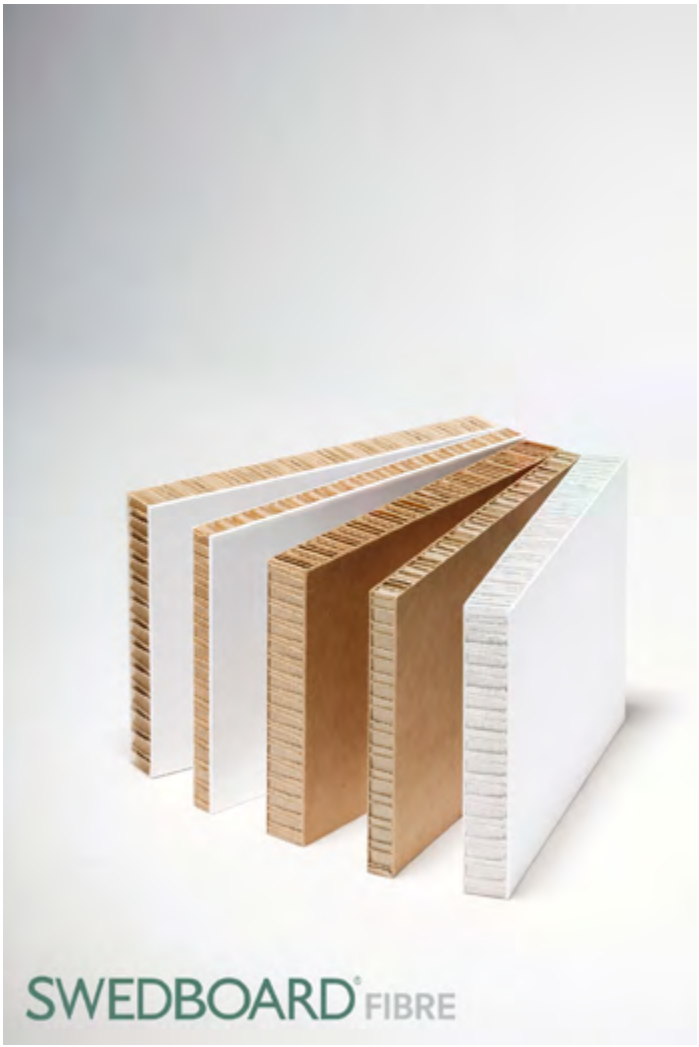
Una visita, múltiples aplicaciones

A lo largo de los cuatro días de feria, Antalis mostrará en su stand 2-B58 un abanico de soluciones y aplicaciones orientadas a las necesidades reales del profesional de la comunicación visual, con demostraciones y propuestas diseñadas para ayudar a ganar eficiencia, ampliar servicios y responder a un mercado cada vez más exigente.

Fira Barcelona, del 19 al 22 de mayo de 2026

Stand Antalis: **2-B58**

Interior Design Tour Van: **2-C90**





Por un puñado de píxeles

LED wall y paneles de mensaje variable: una tecnología con mucho por descubrir.

FAUSTO MARTIN

Licenciado en Ingeniería Electrotécnica por la Universidad de Padua, ejerce como profesional independiente. Forma parte del SC 34 C del CEI y es convenor del WG 19 para el Comité Técnico 64 de la norma armonizada prHD 60364-7-719 en representación del CEI (www.faustomartin.com). Delegado de AIFIL ante la European Sign Federation, es presidente de la Sección Trivéneto de AIDI

Tanto la publicidad en sentido amplio como la señalización vial han descubierto el potencial de los Paneles de Mensaje Variable (PMV, también denominados paneles electrónicos) y de los displays full color o LED wall, según la terminología que se prefiera. Mientras que los PMV se utilizan principalmente en el ámbito viario o urbano, con una función puramente informativa, los displays LED —o rótulos digitales, pantallas dinámicas, todos ellos nombres que identifican a los rótulos de mensaje variable, en adelante IMV— se emplean por lo general para emitir publicidad en forma de textos, gráficos, vídeo y audio.

Este mercado emergente ha provocado la aparición, igualmente rápida y tumultuosa, de empresas que ofrecen estos nuevos soportes. Para los compradores no siempre resulta sencillo orientarse en un mercado en plena expansión.

Todos los productos PMV o IMV fabricados, importados, revendidos y distribuidos por empresas europeas, con marca propia o sin ella, deben cumplir los requisitos mínimos de seguridad y prestaciones establecidos por las Directivas, en particular la Directiva de Baja Tensión y la relativa a Compatibilidad Electromagnética. Las Directivas, a su vez, se concretan en normas técnicas que establecen los criterios de conformidad.

Si el producto se instala de forma permanente en obras de ingeniería civil —edificios, estructuras, etc.—, además del marcado

CE, obligatorio por ley, también se aplica el Reglamento (UE) n.º 305/2011, de productos de construcción, y la correspondiente Declaración de Prestaciones, que tienen como requisito previo la existencia de una especificación técnica, es decir:

- Una norma técnica armonizada, publicada en los listados correspondientes del Diario Oficial de la Unión Europea.
- Un documento para la evaluación europea. Cuando un producto de construcción entra en el ámbito de aplicación de una norma armonizada o es conforme con una evaluación técnica europea emitida para dicho producto, el fabricante, en el momento de introducirlo en el mercado, redacta una Declaración de Prestaciones.

Se excluyen del Reglamento de productos de construcción las instalaciones temporales de PMV o IMV, así como aquellas que no formen parte de obras de ingeniería civil, como stands feriales, manifestaciones de corta duración —por ejemplo, ferias populares o fiestas locales—, eventos y espectáculos —conciertos, desfiles de moda, etc.—.

La comercialización de PMV o IMV como productos de construcción debe tener en cuenta el marco legislativo previsto por el Reglamento 305/2011, CPR (Construction Products Regulation). De hecho, los fabricantes están obligados a utilizar, para la redacción de la Declaración de Prestaciones y el consiguiente marcado CE, la norma armonizada EN 12966-1:2005+A1:2009. Hagamos un poco de historia: en 2005 se publicaron las primeras normas dedicadas a los paneles de mensaje variable:

- EN 12966-1:2005 Señalización vertical para el tráfico por carretera. Paneles de mensaje variable. Parte 1: Norma de producto;
- EN 12966-2:2005 Señalización vertical para el tráfico por carretera. Paneles de mensaje variable. Parte 2: Ensayos iniciales de tipo;
- EN 12966-3:2005 Señalización vertical para el tráfico por carretera. Paneles de mensaje variable. Parte 3: Control de producción en fábrica.

Posteriormente, estas tres normas fueron sustituidas en 2014 por una única norma, la EN 12966:2014 Señalización vertical para el tráfico por carretera. Paneles de mensaje variable, incorporada al catálogo UNI como UNI EN 12966:2015.

El “pitch” de un panel LED expresa, en milímetros, la distancia —es decir, el paso— entre los píxeles

Tabla 1. Distancia mínima de visión en función de la interdistancia de los píxeles.	
Pitch	Distancia mínima de visión
mm	metros
2,5	2,5
4	4
5	5
6,7	6,7
8	8
10	10

Esta última fue finalmente modificada por el CEN en 2018 y reemplazada por la EN 12966:2014+A1:2018 Señalización vertical para el tráfico por carretera. Paneles de mensaje variable, adoptada por UNI como UNI EN 12966:2019.

Dicha norma está pendiente de publicación en el listado de normas armonizadas del Reglamento 305/2011, por lo que su aplicación todavía no resulta adecuada para la comercialización de productos de construcción. En el momento de redactar este artículo, la norma armonizada aplicable a los PMV e IMV es la EN 12966-1:2005+A1:2009; las demás normas, más recientes, deben considerarse normas técnicas voluntarias, aún no armonizadas. Una vez aclarados los aspectos normativos, queda por entender cómo orientarse entre la amplia gama de productos disponibles en el mercado.

Píxel y pitch

El "píxel" es el elemento más pequeño de una imagen digital; procede de "picture cell", expresión introducida a mediados de los años sesenta. El "pitch" de un panel LED expresa, en milímetros, la distancia —es decir, el paso— entre los píxeles. Esta medida, indispensable para identificar con claridad las características de un PMV/IMV, también se define como "interdistancia" o separación entre LED, ya que determina la distancia mínima de visibilidad, es decir, la resolución de la imagen, en función de la densidad de LED presentes. Es importante recordar que, al reducir el tamaño del pitch, aumenta rápidamente la densidad de LED: por ejemplo, al reducir a la mitad la interdistancia, en una misma superficie no se puede insertar el doble, sino el cuádruple de píxeles —ley del cuadrado—, con el consiguiente incremento del coste.

La distancia mínima y máxima de observación de un PMV/IMV viene definida por dos características intrínsecas del propio producto: la interdistancia o pitch que acabamos de ver y la superficie total del panel. Una indicación aproximada de la distancia mínima se obtiene, en primera instancia, "convirtiendo" en metros el número de milímetros del pitch; por ejemplo, un panel con una interdistancia o pitch de 10 mm será visible a una distancia mínima de 10 metros (Tabla 1).

La distancia máxima depende, en cambio, de la dimensión del panel y puede estimarse de forma empírica considerando los metros cuadrados que componen el display como metros lineales y multiplicándolos por 10. Por ejemplo, un panel de 6 × 3 metros (18 m^2) será legible a 180 metros de distancia. La idea es bastante intuitiva: a medida que aumenta el tamaño, aumenta también la percepción del objeto.

Al hablar de distancia máxima, conviene distinguir entre "legibilidad" y "visibilidad". Por "legibilidad" se entiende la distancia dentro de la cual las imágenes emitidas se reconocen con claridad. Por "visibilidad" se entiende, en cambio, la distancia a la que el panel luminoso todavía es capaz de atraer la atención del ojo, aunque sea en detrimento de la nitidez de las imágenes.
La "visibilidad" de una pantalla publicitaria suele ser igual al doble de su "legibilidad" (por ejemplo, legibilidad 100 metros, visibilidad 200 metros). En los textos escritos, la legibilidad varía en función de la altura del carácter, además del color y del tipo de letra. Como regla empírica, puede afirmarse que cada "centímetro de texto" de altura es legible al menos a 4 metros de distancia. Por ejemplo, un carácter de 7,5 centímetros de alto será perfectamente legible a 30 metros (Tabla 1).

Tabla 2. Legibilidad y visibilidad en función de la altura del carácter.		
Altura del carácter	Legibilidad	Visibilidad
cm	m	m
7,5	30	60
10	40	80
15	60	120
25	100	200
40	160	320
60	240	480

La frecuencia de actualización (refresh rate, en inglés) es otro parámetro relevante, ya que indica el número de veces que la imagen se actualiza cada segundo y determina la propia calidad de la imagen en el panel: si es demasiado baja, el ojo humano percibe parpadeo. Al tratarse de una frecuencia, su unidad de medida se expresa en hercios (Hz).

Sed lex, dura lex

Desde el punto de vista legal, antes de proceder a la instalación de un panel LED es necesario solicitar autorización al Ayuntamiento en cuyo término municipal se vaya a instalar el panel, acompañando la solicitud del proyecto luminotécnico en el que el profesional encargado deberá indicar el porcentaje de regulación o dimmerización del panel durante las horas nocturnas. Estos límites vienen fijados por las leyes regionales y, como tales, deben aplicarse y respetarse siempre, aunque no sean expresamente exigidos por los propios órganos encargados del control —es decir, los ayuntamientos—. Las sanciones son bastante elevadas y superan ampliamente el coste del proyecto: en Lombardía, por ejemplo, oscilan entre un mínimo de 2.000 euros y 6.000 euros, y se duplican si el panel se sitúa dentro de una zona de protección de observatorios astronómicos. Conviene recordar que las sanciones recaen sobre proyectistas, instaladores y titulares o gestores de los paneles.



ALARSIS

Sistemas Multifunción

Conozca nuestros nuevos sistemas de mecanizado multifunción en diferentes formatos. La potencia, versatilidad y precisión de nuestras fresadoras le darán la oportunidad de darle un valor añadido a su empresa, mejorando todos los procesos de acabados en cualquier material como PVC, metacrilato, maderas, composites, aluminios, cartones, espumas, etc.

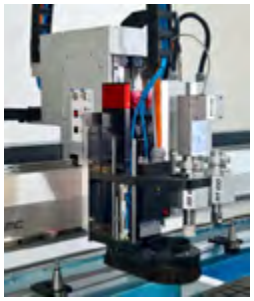
I+D+i Propio



ESPECIFICACIONES:

- Bastidor de acero.
- Mesa de vacío sectorizada con bomba Becker de 7CV
- Control CNC TexComputer de pantalla táctil y control remoto.
- Guías lineales con patines de recirculación de bolas autolubricados, sin holguras.
- Transmisión en todos los ejes por husillos, con tuerca rotativa de recirculación de bolas.
- Motores servos SanyoDenky de 70Kg/cm.
- Velocidad de desplazamiento 20 metros/min.
- Resolución 0,005mm.
- Sistema de aspiración de viruta.
- Cabezal fresado ELTE de 5CV. Opción de ATC (cambio automático)
- Cabezales tangenciales en opción para corte y hendido de espumas, fibras y cartón.
- Cámara de lectura de marcas en opción.
- Palpador para puesta a cero eje Z.
- Puntero láser para verificación de puesta a cero de ejes X,Y.
- Dimensiones de máquina 3880x2450 mm.
- Dimensiones útil de trabajo 3050x2050mm.
- Altura útil puente Z 150mm.

* Especificaciones generales, pueden cambiar según opciones







2 años de garantía. Certificada CE, ISO9001. Fabricada en España por ALARSIS

Alarsis Corte Industrial, S.L.U. P.I. Avda. Holanda 12-7 30840 Alhama de Murcia www.alarsis.com Telf +34 968638192

KAISEN

TECNOLOGÍA LED PROPIA MÁS EFICIENTE, SUMINISTRO DIRECTO DE FÁBRICA, Y SOLUCIONES A MEDIDA

En un mercado donde la eficiencia, la rapidez de suministro y la fiabilidad técnica marcan la diferencia, KAISEN se ha posicionado como una de las compañías de referencia en iluminación LED para rotulación luminosa. Su apuesta combina desarrollo propio, fabricación directa, capacidad internacional y una orientación clara al profesional del sector

La compañía acumula más de 18 años de experiencia internacional centrada en iluminación LED para publicidad exterior, mantiene presencia en una treintena de países y cuenta con una red logística con **almacén propio en España para entregas en 24 horas en Península.**



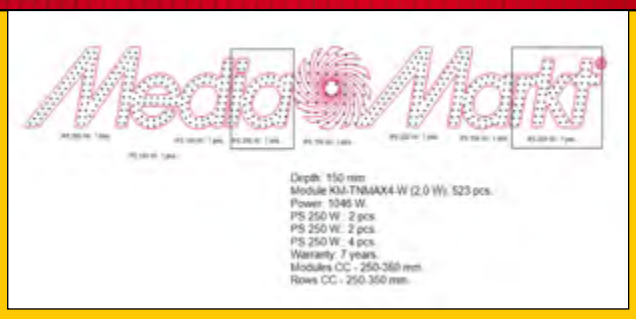
Óptica propia y eficiencia real en el taller

Uno de los aspectos que mejor define a KAISEN es su enfoque técnico. La compañía desarrolla y fabrica sus propias ópticas, entre ellas la D25, diseñada para cajas de luz. Esta solución **permite trabajar con separaciones entre módulos de hasta tres veces la profundidad**, gracias a una lente de policarbonato con apertura de 175 grados y una transmitancia lumínica superior al 85%. Traducido al lenguaje del taller, esto **significa menos módulos por metro cuadrado, una instalación más rápida y una reducción significativa de costes de material y mano de obra.**

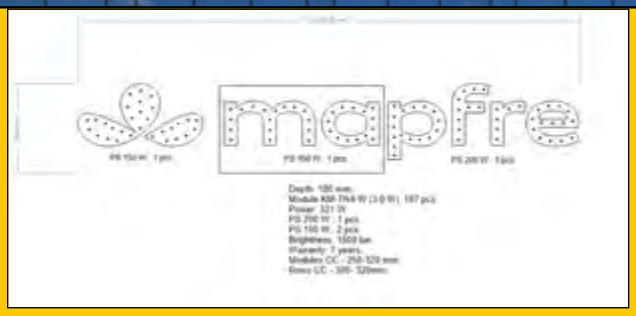
Ese principio de eficiencia se extiende a la serie TELELINE, orientada a cajones de luz, permite iluminar hasta **un metro cuadrado con solo cuatro módulos.** Para letras corpóreas, la serie PRISM está concebida para evitar zonas de sombra en esquinas, con una eficiencia de hasta 120 lm/W. En el segmento de poca profundidad, la serie MINI resuelve uno de los

Ejemplos de cálculos reales

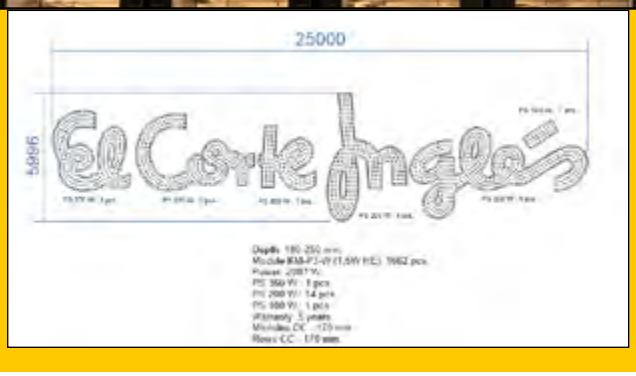














La nueva serie TN de Kaisen permite reducir a la mitad el número de módulos

retos clásicos del sector con módulos compactos y ópticas específicas. También las soluciones DUOLITE para banderolas y doble cara, así como barras rígidas para iluminar grandes anchos desde un único lateral, hasta 2 m. con una única barra

Tiras LED, Neon Flex y fuentes de alimentación

La oferta se completa con un catálogo amplio de tiras LED y Neon Flex en distintas potencias, formatos y grados de protección. KAISEN trabaja con tiras de 12 V y 24 V, versiones COB continuas, formatos Zig-Zag precortados y dos variantes de Neon Flex —compacto y separado—, pensadas para cubrir necesidades muy diversas dentro de la comunicación visual. También dispone de fuentes de alimentación metálicas IP67 y soluciones interiores ultrafinas con diferentes escalones de potencia.

Garantía que cubre también la reposición, incluyendo mano de obra

Si hay un mensaje que KAISEN quiere subrayar es el de la seguridad para el profesional. Su garantía extendida no se limita a la reposición del material, sino que contempla, según modelos, los gastos de reposición asociados: un punto especialmente sensible en proyectos donde una incidencia puede comprometer plazos, costes y la relación con el cliente final. Determinadas series cuentan con coberturas ampliadas de hasta 10 años de material y 10 años de mano de obra.



Presencia directa en España desde 2023

KAISEN opera en España de forma directa desde 2023, con **almacén en Azuqueca de Henares (Guadalajara)**

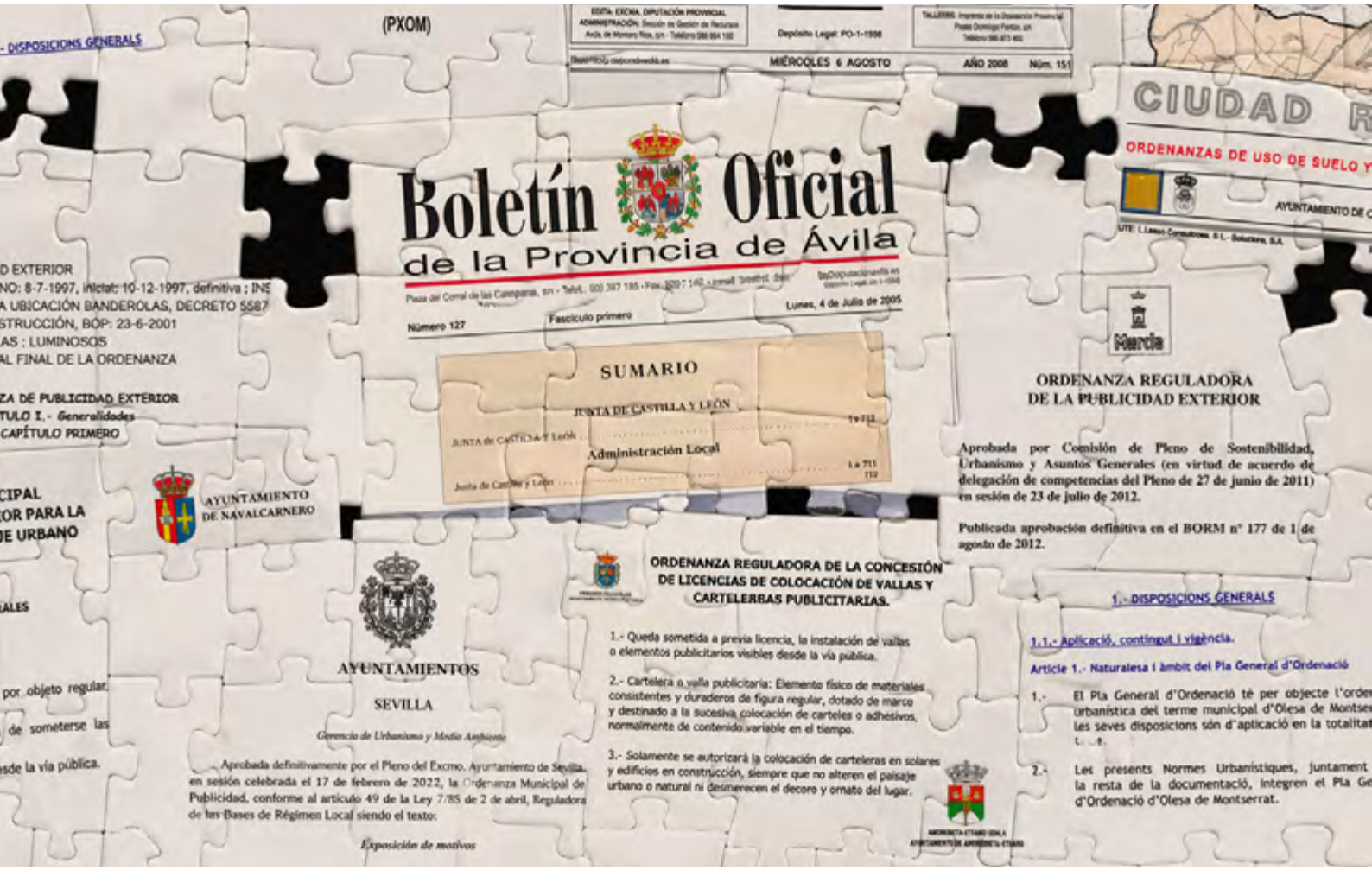
y envíos en 24 horas. Esta presencia local, unida a su estructura internacional, le permite combinar cercanía comercial con capacidad industrial. Además, la compañía **ofrece gratuitamente el cálculo de proyectos en menos de 24 horas para optimizar el coste total del rótulo**, y dispone de capacidad para **desarrollar productos a medida** cuando el proyecto lo requiere.

Para un sector donde cada instalación plantea condicionantes concretos de profundidad, uniformidad, montaje, consumo y mantenimiento, ese acompañamiento técnico puede convertirse en una ventaja competitiva real.

Con tecnología propia, especialización sectorial, suministro ágil y vocación de servicio, KAISEN refuerza su posición como socio tecnológico para las empresas de rotulación que buscan reducir costes sin renunciar a prestaciones ni soporte. Los asociados de ASERLUZ cuentan, además, con condiciones especiales.

Ventajas Kaisen

- Suministro directo de fábrica, sin intermediarios: precios más competitivos
- Desarrolla y fabrica su propia tecnología, más eficiente (con solo 4 módulos, se puede iluminar 1 m^2)
- Menos módulos, más eficientes, y más competitivos: menor coste para el rotulista
- Contacto directo con fábrica: posibilidad de hacer productos a medida
- Presente en mas de 30 países; 10 almacenes en Europa; almacén central en Madrid, con entrega en 24h.
- Cálculo inmediato y gratuito de cualquier proyecto, para optimizar su coste
- Productos testados en laboratorios con certificados disponibles.
- Todos nuestros productos tienen garantía ampliada: material + mano de obra (cubrimos costes de mano de obra, en hipotético caso de fallo; hasta 10 años, según productos)



Redacción

ASERLUZ

Cada ciudad tiene sus propias reglas sobre rotulación y publicidad exterior. Lo que funciona en un municipio puede ser completamente inviable en el de al lado. Y no hablamos de diferencias menores — hablamos de dimensiones, tipología de rótulo, iluminación, ubicación, estética urbana. Todo puede cambiar según dónde estés trabajando.

Para el que lleva años en esto, esto no es una sorpresa. Es parte del día a día. Cambios de diseño a última hora, retrasos en proyectos, presupuestos que se complican, clientes que no entienden por qué lo que querían no se puede hacer exactamente así. La normativa está detrás de buena parte de esos problemas.

Pero hay una manera de verlo que cambia bastante las cosas: la normativa no es solo un obstáculo. Es parte del servicio. El profesional que la conoce y la integra desde el principio del proyecto trabaja de otra manera que el que la descubre a mitad.

NORMATIVA EN ROTULACIÓN: CÓMO MOVERSE EN UN ENTORNO FRAGMENTADO SIN PERDER COMPETITIVIDAD

Hay un factor que condiciona proyectos, tiempos y costes en este sector de forma constante y que, sin embargo, rara vez se aborda con calma: la normativa municipal.

El problema no es la normativa. Es cuándo te la encuentras.

El error más habitual no es desconocer las ordenanzas: es tenerlas en cuenta demasiado tarde.

Cuando la normativa entra en el proyecto desde el principio, es un dato más. Como los materiales, como el presupuesto, como el espacio disponible. Condiciona decisiones, sí, pero de forma ordenada y sin sorpresas.

Cuando entra tarde — cuando ya hay un diseño aprobado por el cliente, un presupuesto cerrado o una fecha de instalación comprometida — es un problema. Y un problema que suele tener coste, en tiempo, en dinero o en la relación con el cliente.

La lógica es sencilla: lo que condiciona el resultado final hay que saberlo antes, no después.

El error más habitual no es desconocer las ordenanzas: es tenerlas en cuenta demasiado tarde



Un entorno que no se puede abordar de forma uniforme

La dificultad real no está en que exista normativa, sino en que hay tantísima y tan variada. No existe una ordenanza estándar que puedas aprenderte y aplicar en todos los proyectos. Cada municipio responde a sus propios criterios, y dentro de un mismo municipio puede haber diferencias según si estás en centro histórico, en zona protegida, en polígono industrial o en fachada comercial estándar.

Eso hace inviable cualquier aproximación de "un criterio para todo". Pero sí permite hacer algo útil: establecer un proceso de trabajo que reduzca los riesgos antes de que aparezcan.

Checklist: lo que conviene revisar antes de avanzar en un proyecto

No es una metodología complicada. Es sentido común ordenado. Estos son los puntos que conviene tener claros antes de comprometer diseño, materiales o plazos:

1. ¿Qué municipio y qué ordenanza aplican? Parece obvio, pero no siempre se confirma desde el principio. Hay que saber exactamente qué normativa afecta a ese proyecto concreto — no asumir que es igual que el anterior.
2. ¿Qué tipo de emplazamiento es? No es lo mismo una fachada comercial en zona nueva que una en centro histórico o en área protegida. Cada entorno puede tener restricciones específicas que cambian por completo lo que se puede hacer.
3. ¿Hay limitaciones de tamaño o formato? Superficie máxima, proporciones, ubicación en fachada. Antes de que el cliente se enamore de un diseño, conviene saber si ese diseño es viable donde lo quiere poner.

- ¿Cómo afecta la normativa a la iluminación? Especialmente relevante en rótulos luminosos, retroiluminados o con LED. Hay municipios con restricciones muy concretas en este punto.
- ¿Hay condicionantes en los sistemas de fijación? Algunas ordenanzas entran hasta en los anclajes y la estructura. Si no se revisa antes, puede implicar cambios importantes en la instalación.
- ¿Qué documentación va a hacer falta? Licencia, declaración responsable, proyecto técnico — depende del caso. Saberlo desde el principio evita que los plazos se alarguen por trámites que nadie había previsto.
- ¿Cómo afecta todo esto al presupuesto y a los tiempos? La normativa tiene impacto económico y de planificación. Ese impacto tiene que estar reflejado en lo que se le presenta al cliente, no aparecer como sorpresa después.

El valor no está en conocer todas las ordenanzas. Está en saber anticiparse

Nadie puede tener en la cabeza la normativa de todos los municipios de España. No es eso lo que diferencia a unos profesionales de otros.

Lo que diferencia es el proceso. La empresa que integra la revisión normativa como parte natural del proyecto — no como trámite final — reduce errores, mejora la relación con el cliente y cierra proyectos con menos sustos. Y eso se nota,

La dificultad real no está en que exista normativa, sino en que hay tantísima y tan variada

Si la normativa de tu municipio no tiene sentido, no te resignes. Háblanos.

Hay ordenanzas municipales de rotulación que están bien pensadas, que son claras y que facilitan el trabajo. Y hay otras que son un obstáculo sin justificación técnica real: desfasadas, contradictorias, mal redactadas o directamente inexistentes en municipios donde nadie ha abordado el tema todavía.

El rotulista que se enfrenta a una de estas situaciones tiene, normalmente, dos opciones: adaptarse como puede o perder el proyecto. Ninguna de las dos cambia nada para el siguiente que venga detrás.

Hay una tercera opción.

Un problema local puede tener solución colectiva

Cuando un socio de ASERLUZ se encuentra con una normativa que no funciona — que restringe sin criterio, que contradice la práctica profesional o que simplemente no existe y deja todo en tierra de nadie — esa experiencia tiene valor más allá del proyecto concreto.

ASERLUZ puede actuar como interlocutor ante el ayuntamiento. No para confrontar, sino para lo contrario: para abrir un diálogo constructivo con el gobierno municipal, aportar el criterio técnico del sector y trabajar hacia una normativa más adecuada, más coherente y alineada con las mejores prácticas profesionales.

Ese diálogo es mucho más efectivo cuando viene respaldado por una asociación con representación sectorial que cuando lo intenta una empresa sola.

Lo que necesitamos de ti

El proceso empieza con una cosa sencilla: que nos lo cuentes.

Si en tu municipio hay una ordenanza que no tiene sentido, una restricción que no encuentras justificación técnica para defender, una laguna normativa que genera inseguridad o una interpretación arbitraria que te ha costado un proyecto — eso es exactamente el tipo de caso con el que ASERLUZ puede trabajar.

Cuéntanoslo. Lo analizamos, lo contrastamos con otros casos del sector y, si hay base para ello, abrimos el camino hacia un diálogo con la administración local.

La normativa no solo se cumple. También se construye. Y para construirla bien, el sector tiene que estar en esa conversación.



FESPA GLOBAL PRINT EXPO 2026 | antalis

EMPOWERING VISUAL EMOTIONS

BY ANTALIS.ES

TE ESPERAMOS EN FESPA

Barcelona 19-22 de mayo

VISÍTANOS EN EL STAND 2-B58

REGÍSTRATE CON NUESTRO CÓDIGO **"ANTA"**
PARA SACAR TU ENTRADA GRATIS

DESCUBRE LAS ÚLTIMAS NOVEDADES
DE DISEÑO DE INTERIORES CON NOSOTROS

VISITA EL STAND 2-C90



NAMAR BRAND FACTORY

Pantallas, pantallas y más pantallas.....

Parece todo lo mismo, pero para nada lo es, y el hecho de que haya tantos tipos de pantallas disponibles en el mercado no tiene solo que ver con la capacidad de las bolsas que las pueden comprar sino principalmente con la aplicación para que la que hace falta, y ahora se abre un verdadero mundo de pantallas.

- Exterior Interior
- Exterior en altura
- Interior para ver desde el exterior o solo para interior
- Interactivas

Y solo empezar ya tenemos que saber de ciencia aeroespacial, los pixeles, el tamaño, el contraste, si tiene un sistema de gestión de contenido integrado, si solo funciona con publicidad estática.

Bueno, bueno, bueno, son tantas variables solo para elegir la pantalla como la cantidad de errores que un cliente puede cometer al comprarla si no tienen en cuenta todas las necesidades actuales y futuras de uno de los vehículos más rentables a nivel publicitario en la actualidad.

En Namar hemos invertido meses estudiando y conociendo las mejoras sinergias para ofrecer **EL PRODUCTO ADECUADO** a cada cliente, y como siempre lo hemos probado con nosotros mismos en stands en ferias, en nuestras oficinas y con los clientes de más confianza. Solo así podemos garantizar que mantenemos los estándares de exigencia, rigor, profesionalidad y innovación que nos caracterizan a lo largo de los últimos 26 años.

Por último, para lanzar un producto al mercado y mantener una reputación de 26 años solo nos faltaba el ultimo ingrediente, cuidar las relaciones para mantenerlas a largo plazo y así nace el departamento CREA que en conjunto con Namar ofrecen servicios de mantenimiento, apoyo, acompañamiento y interacción de Marketing direccionado específicamente a las pantallas.

De esta manera unimos expertos en tecnología de última generación con importación directa desde los países con mayor desarrollo en este mercado, sabiduría de todo tipo de comunicación corporativa con más de 26 años de experiencia y ingeniería al servicio de cada necesidad que se revela en pantallas 100% adaptadas a todos.



NAMAR BRAND FACTORY

26 años de experiencia en el sector

+ tecnología + ingeniería = NPS > 80%

En uno de nuestros últimos proyectos hemos desarrollado un sistema de acceso diseñado y fabricado a medida con la imagen del cliente para garantizar el fácil y rápido mantenimiento VS la protección y durabilidad de la pantalla, con un sistema de ventilación casi imperceptible ajustado a la medida del espacio de pantalla y del espacio de colocación de la misma, y el resultado parece sencillo, básico y fácil, justo como el descubrimiento de la rueda que cambio el mundo pero ni comprendemos como existía el mundo sin ella.



O este otro proyecto adecuado a un negocio de alta rotación en sus ofertas y con un punto de visibilidad al público envidiable.



Como en todo lo que se dibuja y construye en Namar los primeros prototipos nos sirven para generar dudas y llegar a respuestas óptimas, así nace CREA, con un equipo humano especializado y disponible para todo el desarrollo informático/tecnológico para adaptar o personalizar las APP y Software a las exigencias del cliente. Y volvemos a la locura de las mil opciones:

- Dibujamos nosotros las ofertas y la publicidad y comunicación que saldrá
- Dibuja el cliente
- Sube lo que ya le envían de una agencia
- Sube en solo 1 tienda o en múltiples tiendas a las x desde un punto centralizado
- Alquila espacios publicitarios
- Es para comunicación interna de reglas y políticas en las fábricas y empresas con múltiples despachos a nivel nacional e incluso internacional

namar
brand factory

Publirreportaje

NAMAR BRAND FACTORY

Pantallas, pantallas y más pantallas.....

Aquí entra el “expertise” de CREA, mediante la necesidad de la comunicación y de los públicos objetivo para quien los mensajes van dirigidos si recomienda un servicio adecuado.

Podemos hablar del caso de un cliente con múltiples franquicias donde la comunicación sale directamente del master para sus subfranquiciados, en este caso el software utilizado tenía 2 características muy específicas, que ninguna tienda podía colocar ninguna comunicación, estaban todas las pantallas conectadas con la central y eran utilizadas interna y externamente teniendo parte de la inversión asumida por la publicidad de marcas interesadas en llegar a los mismos clientes que las tiendas y así aumentar las vendas de sus productos dentro del abanico que tenía la tienda.



En suma, cuando unimos 2 buenos en 2 áreas que se complementan el resultado solo puede ser **BRUTAL.**





NAMAR BRAND FACTORY

26 años de experiencia en el sector

+ tecnología + ingeniería = NPS > 80%

En Namar creemos que la buena ingeniería no existe solo para las grande obras, o grandes empresas sino para servir y mejorar cualquier elemento que necesite ser adaptado a las necesidades de un cliente.



Cada proyecto que recibimos nace de una necesidad o sueño o ilusión real y si escuchamos con ganas de ver más allá y entender la emoción y idea que hay detrás de un pedido podemos transformar lo útil y básico en algo eficiente y preparado para el futuro.

En Namar seguimos evolucionando sin perder la esencia y ponemos todos nuestros conocimientos de mecánica, ingeniería y visión humana en nuestros proyectos tecnológicos de pantallas destinadas a negocios B2B y B2C.

Cuando el mundo parece ya solo escuchar por medios audiovisuales es primordial unir lo analógico al digital, la sabiduría de los buenos elementos corporativos, los que comunican de verdad lo que cada marca desea al mundo frenético de las pantallas, evolucionando y mezclando 2 mundos para servir a todos.

- **Pantallas para comunicación interna rápida, eficiente y garantizadas**
- **Pantallas para comunicación externa actualizada al instante**
- **Pantallas para sinergias rentables**
- **Pantallas para dar VISIBILIDAD a tu marcas**

Tecnologia interactiva

Instálamos **pantallas táctiles** y soluciones interactivás que cautivan y atráen al público

Dispositivos sostenibles

Empleamos pantallas y dépositives de bajo consumo energetico para eventos más ecologicos.

Diseño futurista

Creamos stands que integran las uttimás tendencias tecnologicas para un impacto visual espectácular.







Extremo Oriente como laboratorio de la rotulación contemporánea

Redacción **ASERLUZ**

Europa lleva décadas marcando el paso en rotulación comercial. Integración arquitectónica, normativa, diseño: en esos terrenos el viejo continente tiene mucho que decir. Pero algo está cambiando. En Asia —sobre todo en China, Japón, Corea del Sur y Taiwán— no está surgiendo una versión mejorada de lo que conocemos, sino algo bastante diferente: un modelo donde el rótulo físico, la tecnología digital y la experiencia de compra se han fundido en una sola cosa.

Ferias como APPP EXPO en Shanghái, D·PES en Guangzhou o Digital Signage Japan no son solo escaparates de novedades. Son el lugar donde sectores que en Europa todavía se hablan poco —impresión, LED, retail tech, automatización, contenido digital— se sientan en la misma mesa. El resultado es que el rótulo ha dejado de ser un elemento pasivo. En muchos de estos mercados, ya forma parte de un sistema más amplio que incluye datos, contenido dinámico y experiencia de usuario.



Eso no significa que Asia esté "más avanzada" en todo. Significa que está avanzando en una dirección distinta, y que merece la pena entender hacia dónde va.

Cuando el soporte deja de ser solo soporte

Durante décadas la lógica ha sido la misma: primero el soporte, luego el diseño. Pero en China y Japón esa separación empieza a no tener sentido. Los soportes se están concibiendo desde el principio para ser dinámicos, para adaptarse, para conectarse con sistemas de contenido en tiempo real.

De hecho, más del 50% de los anunciantes en China ya utilizan contenido generado por IA. Eso no es una curiosidad tecnológica. Es una presión real sobre los fabricantes para que sus soportes sean compatibles con sistemas que generan mensajes según el momento, el cliente o el contexto.

En Europa, el soporte y el contenido siguen siendo, en la práctica, dos mundos que rara vez se hablan desde el principio del proyecto. Esa es la brecha real.

El escaparate como pantalla

De todas las tecnologías que están ganando terreno en Asia, hay una que destaca por su nivel de implantación real, no solo por sus promesas: las pantallas LED transparentes y, en especial, el film LED ultra-transparente.

En Shanghái, Seúl o Tokio esta solución ya es habitual en retail de lujo, concesionarios de automóviles, clínicas estéticas y grandes marcas. La ventaja es simple y directa: el cristal del escaparate se convierte en soporte publicitario sin perder la visibilidad del interior. No es magia — es una lámina adhesiva que se instala directamente sobre el vidrio, sin estructura adicional.

En Europa estas soluciones existen, pero su presencia en el sector de rotulación tradicional sigue siendo marginal. No por falta de tecnología, sino porque todavía no se han integrado en la forma habitual de trabajar del rotulista.



En Europa estas soluciones existen, pero su presencia en el sector de rotulación tradicional sigue siendo marginal

El "efecto wow" como parte del negocio

Las pantallas naked-eye 3D —esas instalaciones en esquina que parecen escupir objetos al exterior— llevan años siendo virales en redes. En Asia ya han dejado de ser virales para convertirse en paisaje urbano en Shanghái, Tokio o Taipéi.

Lo relevante no es la tecnología en sí. Lo relevante es que alrededor de ella se ha construido un ecosistema completo: estudios especializados en contenido 3D, flujos de producción estandarizados, presupuestos integrados en campañas comerciales. Lo que en Europa sigue siendo un proyecto puntual y excepcional, en Asia empieza a ser un servicio recurrente.

Señalización que escucha

Japón y Corea del Sur están yendo un paso más allá. La señalización ya no solo muestra contenido: lo ajusta. En fun-

ción del flujo de personas, la hora, el tiempo que hace o el comportamiento del usuario, los sistemas modifican el mensaje en tiempo real. Todo ello apoyado en IoT, gestión en la nube y analítica integrada.

Europa tiene la tecnología para hacer esto. El problema es que la implantación es fragmentada: el hardware viene de un sitio, el software de otro, y la integración depende de cada proyecto. En Asia, empieza a llegar como sistema cerrado y listo para funcionar.

Las pantallas del futuro ya están en producción

A nivel de hardware, dos tecnologías concentran la atención del sector.

El COB LED ofrece resoluciones muy altas, mejor disipación del calor y mayor durabilidad, especialmente en interiores de gama alta. El Micro-LED va más allá: combina brillo, eficiencia energética y longevidad en una plataforma que Taiwán y Corea ya están llevando a producción industrial.

Ambas tecnologías están llegando a Europa. Pero se están diseñando, desarrollando y estandarizando en Asia. En este campo, Europa consume más de lo que genera.

La fábrica también cambia

La innovación no es solo de producto. También es industrial. Vietnam se está consolidando como hub de producción de señalética textil, absorbiendo parte de la manufactura que antes hacía China y ofreciendo costes más ajustados con tiempos competitivos.

En paralelo, en China se observa una tendencia clara hacia la automatización compacta y la maquinaria híbrida. Tecnologías como el UV-DTF con acabados decorativos o los sistemas con visión integrada apuntan a una producción más rápida, con menos intervención manual y mayor capacidad de respuesta a pedidos variables.

Si hay una conclusión que se extrae de todo esto es la siguiente: la diferencia entre Asia y Europa en este sector no está principalmente en la tecnología disponible, sino en cómo se concibe el producto

La sostenibilidad, esta vez en serio

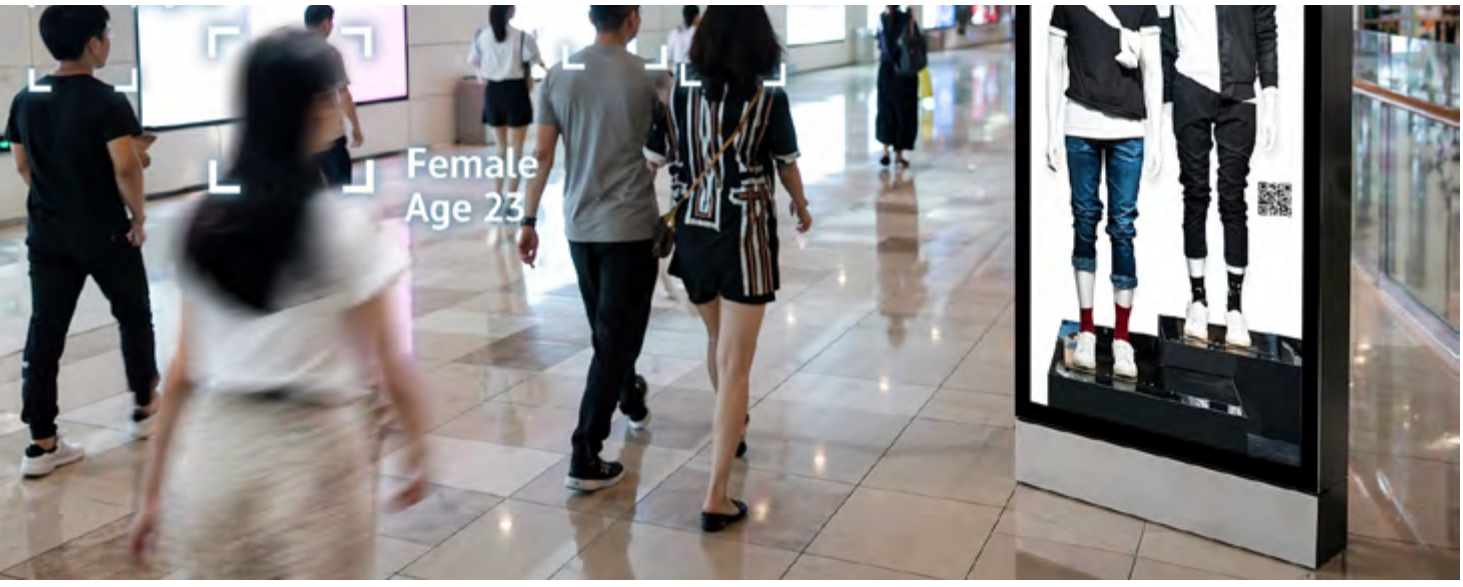
Sería fácil asumir que Asia va por detrás en sostenibilidad. La realidad es más matizada. Ferias como APPP EXPO o All in Print China están colocando la tecnología verde en el centro: tintas base agua, materiales reciclados, reducción de consumo energético, certificaciones ambientales.

Y hay un detalle que no debe pasar desapercibido: muchos fabricantes asiáticos están desarrollando estas soluciones pensando directamente en cumplir las futuras normativas europeas. Están trabajando para nuestro mercado antes de que nosotros les pidamos que lo hagan.

La brecha real no es tecnológica

Si hay una conclusión que se extrae de todo esto es la siguiente: la diferencia entre Asia y Europa en este sector no está principalmente en la tecnología disponible, sino en cómo se concibe el producto.

En Asia, la rotulación se entiende como un sistema — soporte, contenido, datos y experiencia trabajando juntos desde el principio. En Europa, estos elementos siguen llegando por separado, de distintos proveedores, integrados a posteriori. Esa es la brecha. Y entenderla es el primer paso para saber qué hacer con ella.



Todo esto que viene de Asia, ¿cómo lo meto en mi empresa?

Cuando uno lee sobre LED transparente, señalización dinámica o integración con inteligencia artificial, es fácil pensar que eso va con otro. Con las grandes. Con los integradores digitales. Con empresas que tienen departamento de I+D y presupuesto para experimentos.
Pero la realidad es que buena parte de estas soluciones ya se pueden ofrecer hoy, con la estructura que tienes, sin necesitar socios tecnológicos exóticos ni inversiones que no sabes si vas a recuperar. La clave no está en la tecnología. Está en saber por dónde entrar.

No cambies tu negocio. Amplía lo que ya haces

El error más habitual cuando alguien se acerca a estas tendencias es tratarlas como si fueran otro negocio. No lo son. Son una extensión del que ya tienes.

Tú ya sabes hablar con clientes, gestionar proyectos, instalar, presupuestar y resolver problemas sobre la marcha. Eso no cambia. Lo que cambia es el catálogo de soluciones que puedes poner encima de la mesa. Y eso no requiere transformación estructural — requiere ir incorporando cosas de forma progresiva, empezando por las que tienen más retorno con menos riesgo.

Tres líneas con las que empezar mañana

1. El escaparate que se mueve
Tienes clientes con locales en calle, con cristalera, con escaparate estático que llevan años sin cambiar. El film LED transparente convierte ese cristal en un soporte publicitario sin tapar el interior. El cliente actualiza el contenido desde el móvil. Tú instalas, gestionas el proyecto y, si quieres, ofreces mantenimiento.

No necesitas fabricar el film. Necesitas un proveedor de confianza y saber instalarlo bien. El margen está en el proyecto, no en el producto.
Dónde venderlo: retail, concesionarios, clínicas, franquicias.

2. El rótulo que dice algo nuevo cada día
No hablamos de sustituir el rótulo por una pantalla. Hablamos de combinar los dos. Un rótulo con una pequeña pantalla integrada que permite mostrar el menú del día, el horario especial del puente o la promoción de la semana. El soporte físico da identidad. La pantalla da flexibilidad.

Es una evolución natural de lo que ya haces, con un componente adicional que multiplica el valor percibido por el cliente — y que él entiende perfectamente porque lo ha visto en otros sitios.
Dónde venderlo: hostelería, comercio local, centros de negocio, oficinas.

3. El proyecto que te posiciona en otra liga
Para clientes que buscan diferenciación real — una inauguración, un flagship, una marca con presupuesto — existe un territorio donde el rotulista con criterio visual y capacidad de gestión tiene mucho que aportar.

No hace falta dominar la tecnología 3D ni tener estudio propio. Hace falta entender qué quiere el cliente, traer a los proveedores adecuados y liderar el proyecto.

Dónde venderlo: retail premium, eventos, marcas, espacios singulares.

Lo que no debes hacer

Comprar tecnología antes de tener el cliente que la necesita. Intentar competir de frente con integradores digitales que llevan años en ese terreno. Montar una estructura compleja antes de haber validado que en tu mercado hay demanda real.
No quieras llegar al final antes de haber dado los primeros pasos.

Cómo se hace en la práctica

Primero, incorpora estas soluciones en tus presupuestos como opción adicional, trabajando con proveedores externos y observando qué despierta interés, sin comprometer recursos propios.

Cuando detectes qué encaja mejor con tu cliente, desarrolla una oferta propia: forma a alguien del equipo, consolida acuerdos con uno o dos proveedores y convierte esa línea en un servicio estable.

Con casos reales y referencias, construye un discurso diferencial y especialízate en un tipo de proyecto o sector. Ahí dejas de competir solo por precio y empiezas a competir por conocimiento.

Se trata sólo de esto

Las empresas que solo fabrican rótulo seguirán compitiendo en precio. Las que amplíen su propuesta hacia la experiencia visual podrán trabajar con más margen, clientes recurrentes y proyectos donde el precio no sea el único argumento.

SOIF SPAIN: innovación, especialización y diseño aplicado al sector de la rotulación

Una nueva forma de entender los revestimientos

En un sector tan competitivo y en constante evolución como el de la rotulación, la diferenciación ya no depende únicamente de la ejecución técnica, sino de la capacidad de ofrecer soluciones innovadoras, eficientes y con alto valor añadido.

En este contexto, SOIF Spain se posiciona como un actor clave que va más allá de la simple distribución de materiales, apostando por la especialización y el asesoramiento técnico como pilares de su propuesta.

SOIF Spain nace con una visión clara: acercar al mercado español soluciones avanzadas en films técnicos para interiorismo. Su catálogo está cuidadosamente seleccionado para responder a las necesidades reales de rotulistas, instaladores y profesionales del diseño, integrando productos que combinan estética, funcionalidad y rendimiento.

> **Transformar espacios sin obras ya no es una alternativa, es una necesidad del mercado**

Uno de los aspectos que diferencia a SOIF es su enfoque en materiales de alto valor técnico. En lugar de competir en volumen, la empresa apuesta por soluciones especifias que permiten a los profesionales ampliar su oferta de servicios.

Esto incluye vinilos decorativos de interior con acabados premium, diseñados para transformar espacios sin necesidad de obras.

SOIF SPAIN

THE CHOICE OF THE LEADING HOTELS

www.soif.es
www.soif-spain.com

PUBLIREPORTAJE

Especialización en interiorismo:

nuevas oportunidades para el rotulista



Uno de los grandes cambios en el sector de la rotulación en los ýltios años ha sido la entrada en el mundo del interiorismo. Los vinilos ya no son solo herramientas de comunicación visual, sino también elementos de diseño qeu permiten renovar espacios de forma rápida y eficiente.

SOIF Spain ha sabido anticiparse a esta tendencia, desarrollando una propuesta sólida en materiales para interiorismo. Sus soluciones permiten revestir paredes, mobiliario, puertas o superficies arquitectónicas con acabados que imitan materiales como madera, piedra o textiles, pero con la ventajas propias del vinilo: rapidez de instalación, menor coste y versatilidad.

Para el profesional de la rotulación, esto supone ampliar su campo de actuación hacia proyectos de mayor valor económico, como reformas comerciales, oficinas, hoteles o espacios corporativos

Este tipo de aplicaciones responde a una necesidad creciente del mercado: renovar sin realizar obras. La posibilidad de transformar un espacio sin generar residuos, sin ruidos y sin largos tiempos de ejecución se ha convertido en un argumento de venta decisivo.

Además, estos materiales están alineados con una tendencia clara hacia soluciones más sostenibles, donde la reutilización de superficies existentes cobra protagonismo frente a la sustitución.

Renovar sin obras es eficiencia, sostenibilidad y diseño.

MENOS OBRA. MÁS RENTABILIDAD.

Sin demoliciones
Se instala sobre superficies

Sin residuos
Una solución más limpia y sostenible.

Sin interrupción de actividad
Espacios operativos durante todo el proceso.

Mayor margen
por proyecto
Proyectos más rentables, clientes más satisfechos.

El vinilo arquitectónico permite crear espacios únicos con la calidad estética de los mejores materiales y la eficiencia que tu cliente necesita

Versatilidad, diseño y alto rendimiento para llevar tus proyectos al siguiente nivel

SOIF SPAIN

Un partner estratégico para el crecimiento del sector

Más allá del producto, el verdadero valor de SOIF Spain reside en su capacidad para actuar como partner estratégico. En un entorno donde la innovación es constante, contactar con un proveedor que entienda las necesidades del profesional y aporte soluciones concretas marca la diferencia.

SOIF no solo distribuye materiales, sino que trabaja activamente en la detección de soluciones de que aporten valor real al mercado.
Esto se traduce en un catálogo dinámico, alineado con las demandas actuales y futuras del sector.

> **La cercanía con el cliente y el asesoramiento técnico permiten abordar proyectos con mayor seguridad, reduciendo riesgos y facilitando la incorporación de nuevas líneas de negocio.**

Este acompañamiento resulta especialmente relevante cuando se trata de aplicaciones complejas o materiales innovadores, facilitando el aprendizaje y garantizando resultados de alto nivel.

Asimismo, SOIF SPAIN entiende la importancia de la imagen y la diferenciación. En un mercado saturado, ofrecer soluciones premium y acabados de alta calidad permite posicionarse en segmentos más rentables y fidelizar clientes.

El futuro del sector pasa por la especialización, la innovación y la capacidad de adaptación. En este escenario, SOIF SPAIN juega un papel fundamental, actuando como catalizador del cambio y facilitando la evolución de los porfesionales.





SOIF SPAIN no es solo un proveedor, sino una plataforma de crecimiento para el rotulista moderno.

Una puerta abierta a nuevas oportunidades, nuevos mercados y nuevas formas de entender el vinilo como herramienta de diseño y transformación.



INNOVACIÓN CONSTANTE

Detección de tendencias y materiales que apontan valor al mercado



CERCANÍA Y SOPORTE

Relación directa y asesoramiento técnico personalizado en cada proyecto.



CALIDAD PREMIUM

Soluciones y acabados de alto valor que marcan la diferencia.



CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD

Más oportunidades, mayor margen y proyectos de mayor valor.

www.soif.es
www.soif-spain.com



Escanea el códico y descarga nuestro catálogo

THE CHOICE OF
THE LEADING HOTELS

SOIF
SPAIN


Conoce el revestimiento que
eligen las cadenas hoteleras líderes
SOIF
SPAIN

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.

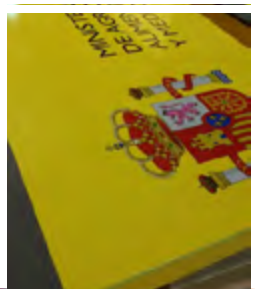
FESPA ESPAÑA es la asociación empresarial que representa los intereses de las empresas proveedoras de servicios de la comunicación visual.

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

xprinta
your GRAPHIC extension®

La primera red de rotulación con implantación en toda España






















Tecnología aplicada a la comunicación visual

Realidad Aumentada

Brandbook de imagen

Extranet Brandcenter

Apps para toma de datos

Think global, sign local

REAL WORLD
Laguna del Marquesado, 10 Nave 18
28021 - Madrid (Spain)
t. +34 91 505 29 27



Servicio en toda España

ONLINE
xprinta.com
xprintapro.com
uneteaxprinta.com

Noticias

El jurado del Premio Letra 2025 ha concedido nueve Premio Letra, el máximo reconocimiento a la excelencia de la comunicación visual y el marketing de entorno.

El jurado del Premio LETRA 2025 ha concedido nueve Premios LETRA, considerados uno de los máximos reconocimientos a la excelencia en comunicación visual y marketing de entorno.

La edición de este año confirma la importancia creciente de la comunicación visual dentro de las estrategias de marca. Más allá de la producción, el sector continúa evolucionando hacia propuestas en las que la creatividad, la planificación, la integración en el entorno y la experiencia del usuario tienen un papel cada vez más relevante.

El veredicto pone de manifiesto la apuesta de grandes marcas y agencias por el marketing de entorno como herramienta publicitaria y corporativa. La diversidad de sectores representados entre los proyectos ganadores refleja, además, la amplitud de aplicaciones de la comunicación visual actual: campañas exteriores, intervenciones en espacios permanentes, imagen corporativa, interiorismo, señalética y acciones especiales.

Proyectos premiados en publicidad y acciones especiales

Entre las obras reconocidas destacan varias actuaciones vinculadas a campañas publicitarias y experiencias de marca. Una de ellas es la lona de UBER en Barcelona, realizada por SUNDISA, que combina impresión y gestión de la luz para generar efectos dinámicos.

Sigue leyendo:

LETRA
VISUAL COMMUNICATION AND ENVIRONMENTAL MKTG
XXVI th. AWARD - 2025

Jocu presenta su nueva web y su metodología 360º para identidad visual aplicada

Jocu, empresa valenciana con más de 50 años de experiencia en el sector de la rotulación, ha presentado su nueva web corporativa y el lanzamiento oficial de su metodología 360º. Con este paso, la compañía refuerza su posicionamiento como partner estratégico en identidad visual aplicada y gestión integral de espacios físicos.

La iniciativa responde a una realidad cada vez más presente en el sector: los proyectos de marca necesitan una visión global que conecte estrategia, diseño, producción e implantación. Cuando estas fases no están alineadas, la identidad visual pierde coherencia y la marca no alcanza todo su potencial en el entorno donde interactúa directamente con el usuario.

De la rotulación a la identidad visual aplicada

La evolución de Jocu va más allá de una actualización de imagen o de servicios. La compañía, históricamente vinculada a la rotulación, avanza hacia un enfoque más amplio en el que el espacio físico se entiende como un activo estratégico de marca.

Sigue leyendo:

Su nueva web refleja esta transformación mediante una estructura más clara y alineada con su propuesta de valor. La plataforma explica cómo trabaja la empresa, qué fases integran sus proyectos y qué impacto pueden generar sus soluciones en la experiencia de cliente.



Asociados

