

NEOLUX

Historia de una marca

Alberto Méndez, dueño de Neolux SRL, nos cuenta su vasta experiencia trabajando en una de las primeras empresas de la industria. Un testimonio valioso para conocer la trayectoria de una compañía pionera que, a pesar de los años, se mantiene firme.

Corría el año 1927 y los hermanos Vierno se ganaban la vida vendiendo carteles de lona pintados a mano. Ese mismo año visitó el país George Claude, “El Edison de Francia”. Claude era un inventor y químico francés que había presentado en París el primer anuncio hecho de neón. El cartel funcionaba mediante la descarga eléctrica de un gas noble que había logrado aislar. Su invento tuvo tanta repercusión que salió a promocionarlo por el mundo. Cuando llegó a la Argentina, los hermanos Vierno captaron de inmediato

las ventajas comerciales del producto y le compraron la idea. Pasaron de pintar carteles a mano a trabajar con el novedoso material. Pusieron una fábrica en la calle Pacheco de Melo, en Barrio Norte, ciudad de Buenos Aires. Así nació Selene, empresa que registró la marca Neolux para vender sus carteles de neón.

La compañía fue pionera en el rubro. En la actualidad, luego de casi 90 años en el mercado, continúa con sus puertas abiertas de la mano de uno de los testigos de gran parte de su historia: Alberto Méndez, actual dueño



de la compañía, quien se inició como cadete del mismísimo Santiago Vierno.

“Empecé en la empresa en el año 1954. Yo tenía 18 años y en aquel entonces el dueño seguía siendo uno de sus fundadores, Santiago María Vierno”, recuerda Alberto. Ahí comenzó sus primeros pasos en el rubro, en la calle Pacheco de Melo 2947, donde los dueños originales tenían la fábrica de 4000 metros cuadrados. ¿Cómo fue el camino hasta ser dueño? Alberto dice que fue largo, constante, paulatino y, por supuesto, dio sus frutos: “Hice de todo; fui cadete, trabajé en la parte administrativa, vendí carteles y después de muchos años llegué a ser apoderado de la empresa. Más tarde el dueño falleció y quedó a cargo su señora. En el año 89 ella no quiso seguir adelante con la empresa y me ofrecieron la marca a cambio de mi indemnización. Y acepté”.

Una vez al frente de la empresa, el desafío fue continuar produciendo. Alberto no contaba con la infraestructura de la fábrica original, de manera que decidió hacerlo dentro de sus posibilidades. “Seguí adelante con la fabricación de carteles con un personal reducido, pero sin dejar el objetivo de lado, que era continuar trabajando”, explica con entusiasmo.



EL NEÓN: AUGE, DECADENCIA Y RENACIMIENTO DE UN PRODUCTO INNOVADOR

El neón tuvo su época dorada en las décadas del 40 y 50. Por ese tiempo se fabricaron los primeros fósforos fluorescentes del país y surgieron otras compañías. Alberto fue un testigo privilegiado de esos años, en los que todo se hacía a pulmón. “En esa época era todo artesanal. Las letras se calaban a mano. Era lo que se dice un arte manual. Había dibujantes que trabajaban el neón exclusivamente para el gremio. Era un buen negocio. No había maquinaria y obviamente no existía la computación”.

Pero en las décadas del 60 y 70 el neón dejó de estar de moda y surgió la fabricación de letreros de otro tipo de materiales, como el plástico. Las grandes urbes del Caribe y América del Sur (en especial la Argentina) se inclinaron por la agresividad y la anarquía, características de esas décadas, lo que propuso el uso de otros elementos para la comunicación visual. En esa época Alberto consiguió su primer cliente grande. “En los años 70 me contrató el diario *La Nación*. Hicimos un cartel en la avenida 9 de Julio, frente al Obelisco. Fue nuestra primera gran experiencia con un cliente de esa envergadura”.

Enseguida recomienda que nunca hay que bajar los brazos frente a la adversidad: “Si uno sigue trabajando, adquiere destreza, y

“Hice de todo; fui cadete, trabajé en la parte administrativa, vendí carteles y después de muchos años llegué a ser apoderado de la empresa”.

“Hay que adaptarse. Si uno no lo hace, desaparece”.

eso es lo que permite avanzar en cualquier rubro”.

La industria del neón volvió a renacer en los 80. La moda indicaba que los diseños de carteles para la vía pública debían fusionarse con el paisaje y resaltar. Nada mejor que aquel panorama para los anuncios luminosos de gas neón que daban alegría y movimiento al complejo entramado urbano. Por esos años ya existía en el país una industria altamente tecnificada que producía tubos, transformadores, electrodos, soportes, short stops, aisladores, cables y todo tipo de insumos necesarios. La tecnificación fue dándose de manera progresiva. A fines de esa década, Alberto ya era dueño de Neolux y preveía la importancia del avance tecnológico: “El gran cambio se dio en los últimos 20 años, todo se tecnificó. El progreso ya no podía pensarse sin el uso de tecnologías modernas”.

La actual fábrica tiene unos 150 metros cuadrados y un taller de montaje con todos los elementos necesarios para poder trabajar: un plotter, elementos de herrería, de corte y de pinturería. “En la planta tenemos cuatro empleados y además trabajo con contratistas que ya conocen lo que les voy pidiendo”, cuenta Alberto, y aclara la variedad de materiales que trabaja: neón, vinilo, impresiones en tela, carteles backlight, led y corpóreos. En todos los casos se encarga tanto de la fabricación como de la colocación.



cionarme e inclusive en algunos momentos trabajar, aunque me es difícil nombrarlos a todos porque son muchos", recuerda emocionado, y agrega que esta industria es como una gran familia.

UNA MARCA PIONERA MÁS VIGENTE QUE NUNCA

El dueño de Neolux cree que una de las claves del liderazgo es adecuarse a las nuevas tecnologías: "Hay que adaptarse. Si uno no lo hace, desaparece. Tengo casi 80 años, con lo cual no estoy al tanto de todo lo último. Trabajo un poco para despuntar el vicio, pero cuento con gente que me asesora en lo nuevo".

En este punto, Alberto cree fundamental saber tomar las medidas adecuadas, y explica: "En la década del 90, con la crisis energética, hubo una restricción para el encendido de carteles. Se prohibió el encendido de letreros en la vía pública. Fue una época muy dura para nuestro negocio en la que no se vendía. Nos trajo muchos problemas a todo el gremio". Y reflexiona: "En general, los momentos difíciles refieren a las crisis económicas del país. Y una estrategia para superarlas es no gastar mucho dinero".

Hoy Alberto está feliz. Cuenta con humildad que la historia de Neolux también es su propia historia. Cuando le consultamos cómo se definiría, expresó: "Un hombre que trabajó toda la vida y que trató de hacer lo mejor posible para continuar vigente".

Esa vigencia que supo transmitirle a la marca sigue presente hasta nuestros días.

LOS INICIOS EN LA CÁMARA: RECUERDOS DE UNA GRAN FAMILIA

Las empresas, como las personas, no crecen solas. La unión entre pares es fundamental. A lo largo de los años en CAIL, Alberto compartió experiencias con otros compañeros de trabajo de distintas empresas. "Yo era compañero de trabajo del ingeniero Marcos Zecchi. Él me incluyó en los comienzos de la Cámara, en el año 89, cuando me quedé con la marca Neolux. Empecé ocupando distintos cargos: protesorero, tesorero y vocal. Me gustaba asistir a las reuniones y formar parte de ese proceso", asegura.

Además de participar en las actividades de CAIL, Alberto fue un miembro activo que con los años supo cosechar amistades. "He tenido el gusto de hacer muy buenos amigos en la Cámara, gente con la que pude rela-

"En los años 70 me contrató el diario La Nación. Hicimos un cartel en la avenida 9 de Julio, frente al Obelisco. Fue nuestra primera gran experiencia con un cliente de esa envergadura".