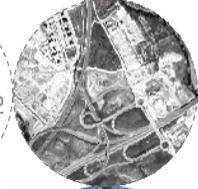


¿qué es? pág_1



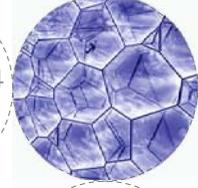
¿qué ofrece(mos)? pág_2



beneficios pág_3



propuestas pág_4



formación pág_5

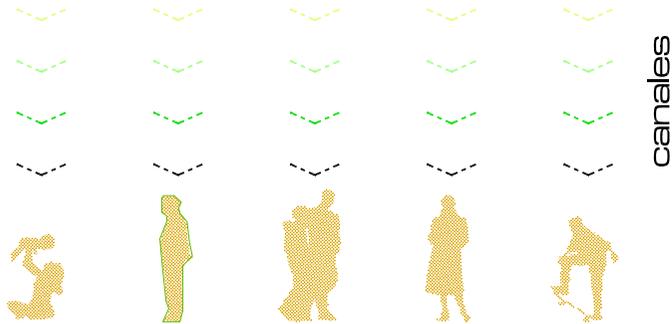


Y sobre todo ...
¿por qué estrategias urbanas? pág_6



estrategias urbanas
división Eje Z

IMAGEN CORPORATIVA



En nuestra sociedad son los canales visuales son los que ejercen mayor influencia en la constitución de una imagen corporativa, siendo la ARQUITECTURA un elemento indispensable de transmisión de valores. Los edificios soportan las enseñanzas de sus instituciones para facilitar su reconocimiento.

Edificios protagonistas y canalizadores de las estrategias de comunicación y de identidad de las ciudades, de las empresas, y de las instituciones.

edificio de la Opera en Sidney



museo Quai Branly Paris



Guggenheim Bilbao

sede TODS en Tokio



Cada ciudad, organismo o entidad es dueño de un símbolo de sí mismo, de un icono por el que puede reconocerse en multitud de lugares con sólo ser nombrado. A veces, un edificio es sólo un edificio, pero otras tantas es la MARCA de una empresa ó entidad.

Una de las claves de la RECONFIGURACIÓN DE LA CIUDAD es la reinención de espacios con otros fines para los que habían sido destinados. Y dentro de esos espacios, los más representativos son los propios edificios, que en muchos casos, son el reflejo de la filosofía de aquel al que representan.

Independientemente sean rehabilitados o de nueva construcción, estos edificios son los principales abanderados de las intenciones, que desde las empresas se desea transmitir.

estrategias urbanas, como empresa de arquitectura y urbanismo, y a través de su primera estrategia: E j b Z , contribuye a la promoción de la empresa usando las fachadas de su sede. Estas fachadas se renuevan, mediante proyectos de gran impacto en los ciudadanos y que en la totalidad de casos, inciden en la creación de la

I M A G E N C O R P O R A T I V A

El tratamiento de las fachadas con piezas modulables (paneles), facilita la creación de ésta nueva imagen, con actuaciones de bajo coste y con obras que no afectan al normal funcionamiento de la compañía.

TECNOLÓGICO

Expresa avances relacionados con la ciencia y la tecnología. El panel base se conforma mediante módulos lumínicos en los que se alojan LEDs. USOS

1. Refuerzan la iluminación de áreas con deficiencias.
2. Pueden sustituir iluminaciones festivas o publicitarias.

CULTURAL

Representan a la ciudad artística. USOS

1. Exposiciones en ciudades.
2. Propaganda de eventos y uso publicitario alternativo.
3. Información de todo tipo

ECOLÓGICO

Sistema vegetal compuesto por módulos industrializados y precultivados destinados a la creación de jardines eficientes. Los jardines mejoran el comportamiento ambiental, además de aumentar la humedad relativa del aire, sobre todo en épocas de calor.

USOS

1. Ornamental
2. Mejorar el comportamiento ambiental de los edificios
3. Aumentar humedad relativa del aire y mejora temperatura ambiente.
4. Filtros para reducir la contaminación

Cualquiera de los subtipos integra soluciones que responden a demandas de accesibilidad (panel en braille para invidentes, panel sonoro, etc).



¿qué ofrece(mos)?

estrategias urbanas propone la realización escenografías de **fachada**, que recojan los valores de la empresa y transformen sus edificios en hitos urbanos. Propone el aprovechamiento del espacio de forma inteligente y sostenible: FACHADAS utilizadas como soporte publicitario, que transforman los centros de negocio en la principal herramienta de promoción de la empresa, siendo el eje central de atención.

La ventaja de **Eje Z** radica en la posibilidad de reubicación y cambio en las composiciones de forma rápida y simple, adaptándose a cualquier superficie y dimensión.

Eje Z utiliza el plano vertical plasmando ideas y valores de la empresa como forma alternativa de publicidad, utilizando materiales de nueva generación que permiten optimizar costes en materia de promoción.

Eje Z puede ser también una alternativa temporal para las actuaciones de rehabilitación y restauración integral de **fachadas**, puesto que reduce notablemente los costes y tiempos de ejecución.

Según el la finalidad principal, los paneles de **Eje Z** responden a 3 grupos principales:

TECNOLÓGICO - CULTURAL - ECOLÓGICO

Los materiales innovadores propuestos para los proyectos, se clasifican en:

**METÁLICOS - PLÁSTICOS - LAMINADOS - IMPRESOS
 COMPACTOS - VEGETALES - LONAS - VINILOS**

APLICACIONES

formación
 [DS_a] educación



ayuda para personas con discapacidad
 [DS_b] integración



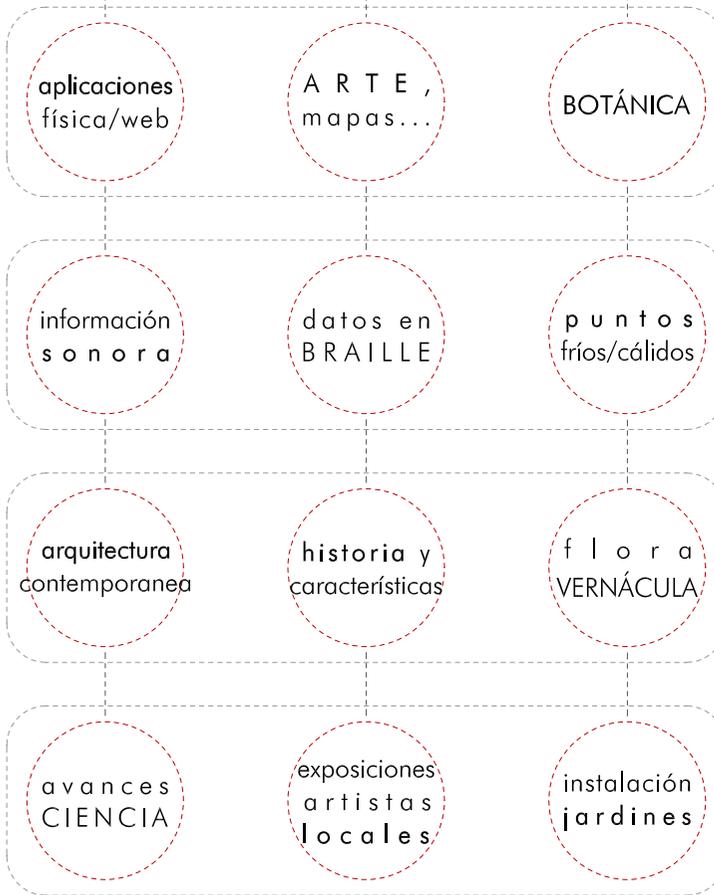
conservación edificios
 [DS_c] patrimonio



actividades artísticas
 [DS_d] cultura



paneles tecnológicos paneles culturales paneles ecológicos



Nuestras actuaciones sobre el plano vertical de **fachada**, integran los tres elementos que construyen la imagen de una EMPRESA:

IMAGEN PERCIBIDA mejorada que obtienen los clientes de la compañía y sus trabajadores.

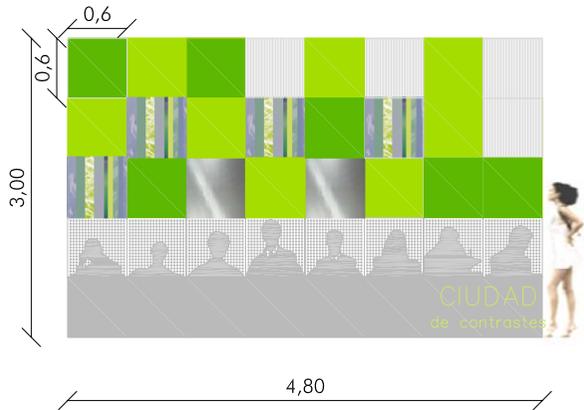
IMAGEN INTENCIONAL que se proyecta y aplica sobre toda la ciudad independientemente de su tejido edificado o de uso.

IMAGEN FUNCIONAL con elevado grado de cumplimiento de actividades llevadas a cabo desde las **fachadas**.

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

- A. Mejora de la imagen de la EMPRESA y mayor notoriedad social.
- B. Utilización de **fachadas** para dar respuesta a necesidades de accesibilidad.
- C. Revalorización de elementos arquitectónicos y zonas sin uso.
- D. Imagen de alto impacto promocional y social.
- E. Identificación del cliente con la EMPRESA y su imagen.
- F. Edificios-emblema, que repercuten positivamente en la percepción de la EMPRESA.
- G. Responsabilidad corporativa usada para recuperación y regeneración de espacios urbanos y áreas en mal estado.

Para concluir, se puede afirmar que las EMPRESAS se pueden vender con éxito, si tienen una clara marca representativa y reconocida, sobre la base sólida de un modelo, de una visión de futuro definida a través de la planificación estratégica, y en la que la ARQUITECTURA es un útil componente en la creación de valores.



opción 02



opción 23

OTRAS VARIANTES:

METAL+COMPACT

- Panel de aluminio tipo caset, acabado alto brillo perforado
- Panel fenólico exterior con impresión digital

4.500/5.000 €

CHAPA+METAL+POLICARBONATO

- Chapa perforada con taladro redondo
- Panel de aluminio tipo caset, acabado alto brillo o lacado carta RAL
- Panel plástico traslúcido

3.300/3.700 €

LONA+BASTDOR

- Tejido plastificado (poliester + PVC)
- Estructura de sujeción oculta

1.500/1.800 €

METAL+PANEL NATURA

- Chapa deployé, variable permeabilidad
- Panel precultivado medidas 60x60cm, especies vegetales según orientación y clima.

6.500/7.000 €



paneles metálicos lacados
simulan el contorno de personas



paneles metálicos alto brillo



paneles metálicos lacados



paneles laminado con impresión digital



paneles de policarbonatos traslúcidos en gama de gris
su permeabilidad los hace aptos para alojar luces



paneles de chapa metálica perforada
su permeabilidad los hace aptos para alojar luces

COSTES APROXIMADOS PARA ÉSTA PROPUESTA 5.200/5.500 €

propuestas

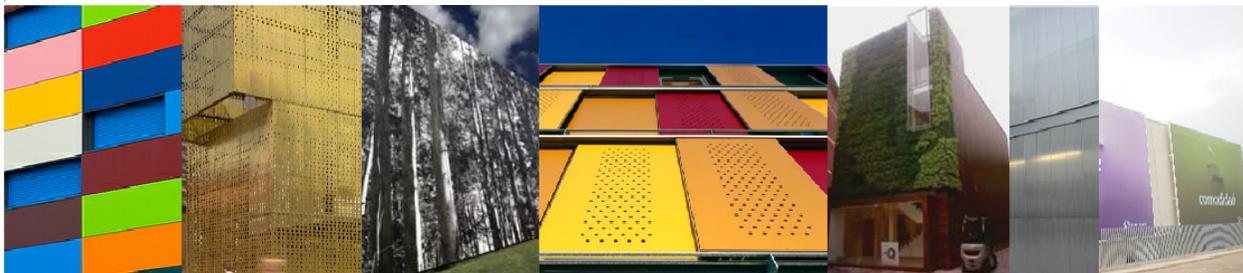
estrategias urbanas propone la realización de un CATÁLOGO ABIERTO y AMPLIABLE de soluciones económicas y rápidas a los tratamientos publicitarios de fachadas, invadiéndolas de usos temporales, que funcionen como escenografías de vida más o menos corta, según las demandas de la empresa.

La importancia del sistema **EjE Z** radica en la posibilidad de reubicación y cambio de las composiciones de forma rápida y simple, así como su adaptación a cualquier dimensión de la superficie puesto que se articula en módulos de 60 x 60 cm.

Esta modulación, nos permitirá un fácil acoplamiento de las piezas y por tanto de las composiciones del lugar original a nuevos destinos, pudiendo recomponer el diseño en otros lugares, para otros eventos y en disposiciones diferentes.

Para cada lugar y ocupación, se propondran diseños específicos que recojan el espíritu, tradición y estética de la empresa a la que representan. De forma orientativa, se ofrece aquí una tarifa en base a cinco supuestos que combinan diferentes materiales.

*Dichas tarifa incluye exclusivamente el coste de Ejecución Material orientativo. Gastos de Licencias, honorarios profesionales, visados o maquinaria pesada se excluyen de éste cálculo.



	MATERIA	DURACIÓN
MÓDULO a	Introducción al Marketing de Ciudades y Empresas -PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD -MARKETING DE VALORES -EJEMPLOS *	2 h
	Buenas prácticas -Actuaciones pioneras y resultados -SOSTENIBILIDAD Y RECICLAJE	2 h
	Espacios públicos urbanos -ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO -PLANIFICACIÓN Y TRANSFORMACIÓN -GESTIÓN MEDIANTE REDES SOCIALES	2 h
MÓDULO b	Aspectos técnicos. Estado de las fachadas.	1 h
	Soluciones constructivas. Estructuras auxiliares.	2 h
	Materiales y acabados -METÁLICOS -PLÁSTICOS -LAMINADOS -LONAS Y VINILOS	2 h
	Proyectos	1 h
MÓDULO c	Edificios verdes: FACHADAS Y CUBIERTAS VEGETALES	2 h
	Estrategias de ahorro energético y criterios sostenibles en la implantación y cuidado de parques y jardines.	2 h

Estos cursos están orientados a mejorar la formación y competencias del personal de orden técnico en las áreas de:

- Marketing y Ventas
- Publicidad y Relaciones Públicas
- Departamentos y Oficinas Técnicas
- Arquitectura y Diseño

Junto con las acciones propuestas, estrategias urbanas ofrece un Curso Especializado que persigue conseguir dos objetivos fundamentales:

- La identificación del CARÁCTER y NECESIDADES de la EMPRESA y su PROMOCIÓN y por tanto la capacitación en las respuestas que exigen esas NECESIDADES.
- Una formación más amplia en lo que se refiere a publicidad en la arquitectura, y creatividad del mismo para disfrute de sus CLIENTES y EMPLEADOS y la formación técnica necesaria para proponer respuestas.

Dicho Curso se compone de tres Módulos complementarios que por un lado realizan una labor de investigación y análisis previo y planificación y por otro el diseño y ejecución técnica sobre las fachadas integrándolas en la vida activa de la escena urbana.

La finalidad por tanto, es que el profesional adquiera las herramientas que le permitan conocer e identificar aquellos espacios, en los que exista una posibilidad de expresión por parte de la EMPRESA y sus CLIENTES. Se crea la identidad de la compañía y se le otorga un uso a esas fachadas, revalorizando el patrimonio de la empresa y el propio entorno.

Los módulos se podrán cursar de forma separada o ampliar según las necesidades específicas de la empresa.

Para más información se puede consultar la página web:

www.estrategiasurbanas.com

*El coste de nuestros cursos podrá bonificarse de las cuotas de Formación de la Seguridad Social.

Imagen exportable asociada al concepto de mejora y REGENERACIÓN



Y sobre todo... ¿por qué estrategias urbanas?

Porque nuestra forma de trabajo involucra a todos los agentes que participan de la vida de la ciudad, no sólo empresas privadas, sino también a Ayuntamientos y Organismos públicos, alentándolas a utilizar sus fachadas para posicionarse en materias de Ecología, Tecnología o Cultura, ampliando sus efectos promocionales sobre áreas en mal estado.

Porque promovemos una arquitectura integrada, inteligente, eficaz y sobre todo reciclable y sostenible.

Porque con estos planteamientos, estrategias urbanas ha resultado ganadora de la 1ª edición del Concurso de Creación de Empresas DESAFÍO 22 de la FUNDACIÓN HORIZONTE XXII, perteneciente a la Caja Rural de Ciudad Real y premiada en el concurso IDEA 2010 de la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha.

Y...

Porque resolvemos de una forma innovadora y no convencional una necesidad que nuestros entornos piden a gritos, aprovechando FACHADAS de forma eficaz, permitiéndoles nuevos usos, y aprovechando los elementos a nuestro alcance para optimizar lugares, materiales y espacios.