

**Ayuntamiento
de Murcia**

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS
PROCESO DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA *MARCA-MURCIA*
AGOSTO 2019

1. METODOLOGÍA

- En un mundo globalizado, las **marcas-ciudad** se han vuelto imprescindibles para diferenciar unas ciudades de otras y **potenciar aquello que las hace únicas, diferentes y especiales**. Ya no es suficiente generar una oferta de calidad; **es necesario comunicarla**.
- Pero para diseñar un **branding de ciudad adecuado**, el primer paso es la **investigación**. Una marca ciudad necesita tener en cuenta tanto al ciudadano, como a los potenciales usuarios de la marca, así como los condicionantes de la misma ciudad, *lo que es*, su esencia, la cual debe representar claramente.
- Desde el Ayuntamiento de Murcia, hemos querido **localizar los valores** que mejor representan a Murcia, para convertirlos en el corazón **de la marca Murcia**. Es por esta razón que hemos realizado un **amplio proceso de investigación** iniciado de manera **cualitativa** contando con agentes sociales de la ciudad de Murcia de distintos sectores para elaborar las preguntas de la encuesta y que ha continuado con la investigación **cuantitativa** en un proceso de encuestado abierto a la población murciana.
- El método de encuestado ha sido **online** y la **participación ha sido elevada**, con un total de **1260 encuestados**, y con un **66,1%** de participación del colectivo de interés.
- **El colectivo de interés seleccionado han sido jóvenes entre 18-35 años** debido a su mayor potencial como *early adopters* de la marca (primeros suscriptores), su **mayor uso de la tecnología**, necesario para garantizar la **viralización de las campañas** y porque por supuesto, **representan el futuro de la Ciudad**.

«El *branding* es la diferenciación deliberada»

Debbie Millman. Presidenta y fundadora del programa Máster en creación de marcas School of Visual Arts



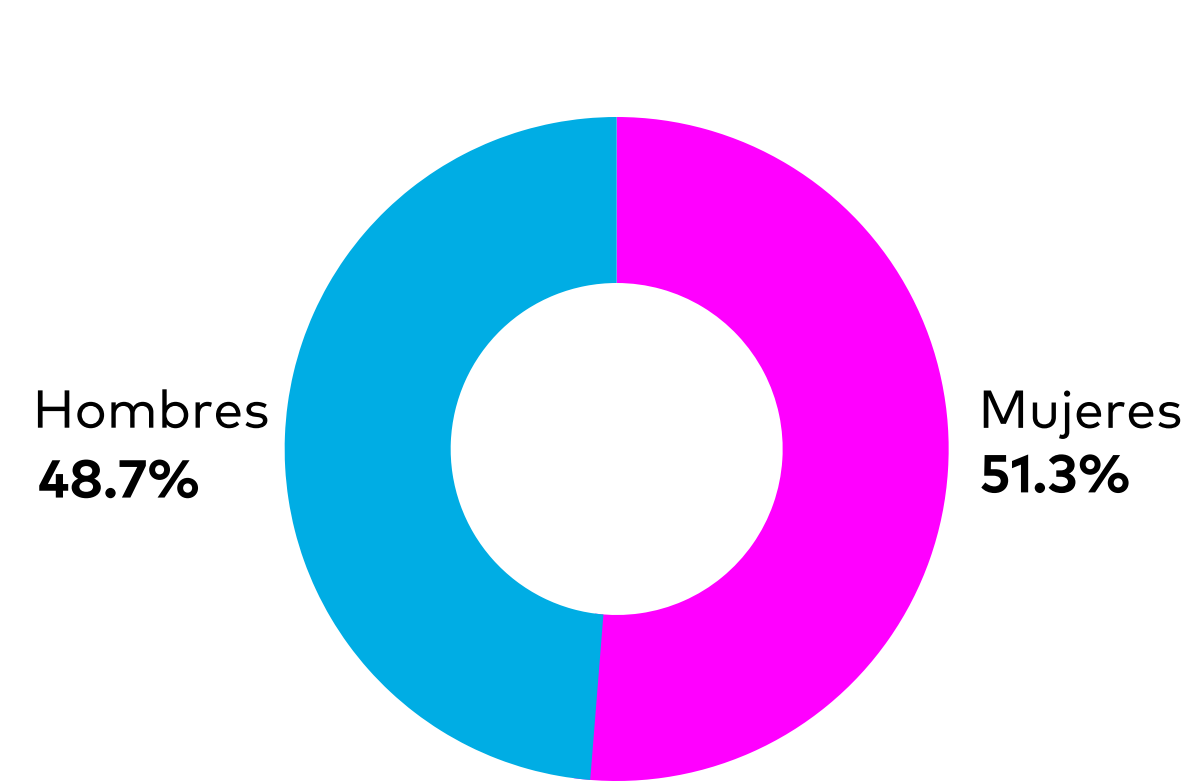
Es necesario recordar, que como en cualquier estudio de este tipo, existe un margen de error de <5%.

2. DATOS DE PARTICIPACIÓN

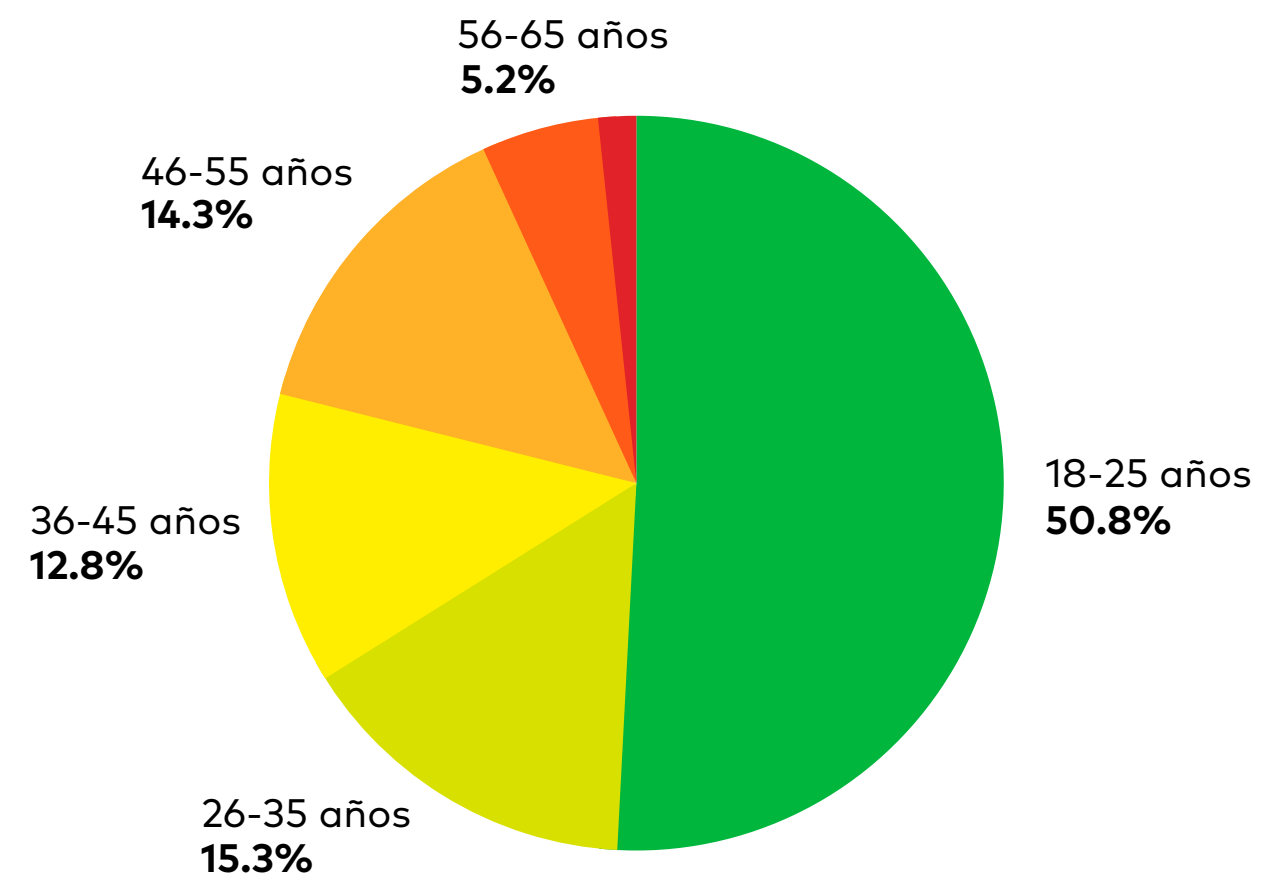
ENCUESTADOS TOTALES

1260

Paridad entre géneros
66,1% tienen entre 18-35 años
68,41% nacieron en Murcia



Género



Edad



Lugar de nacimiento

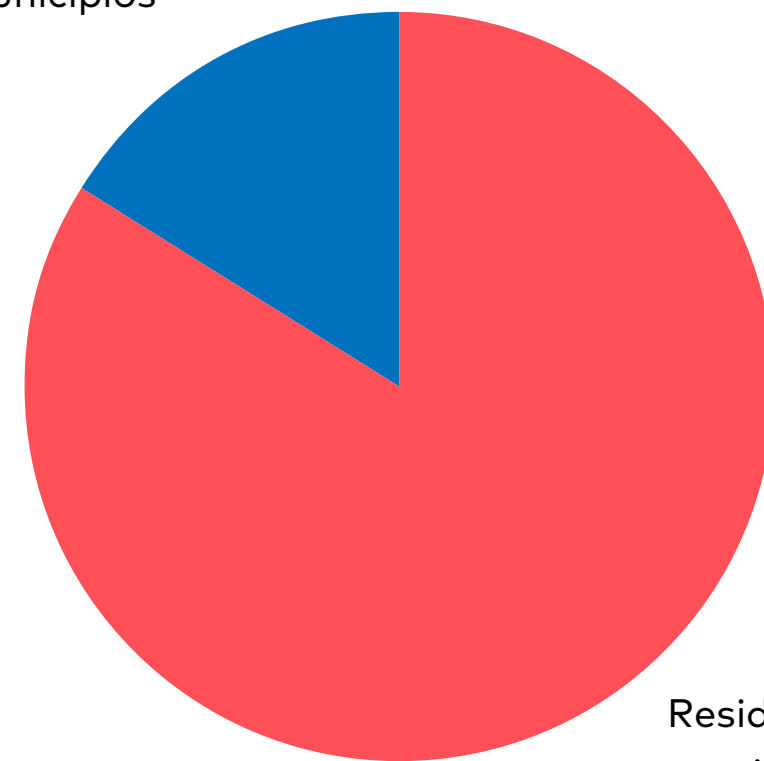
2. DATOS DE PARTICIPACIÓN

ENCUESTADOS TOTALES

1260

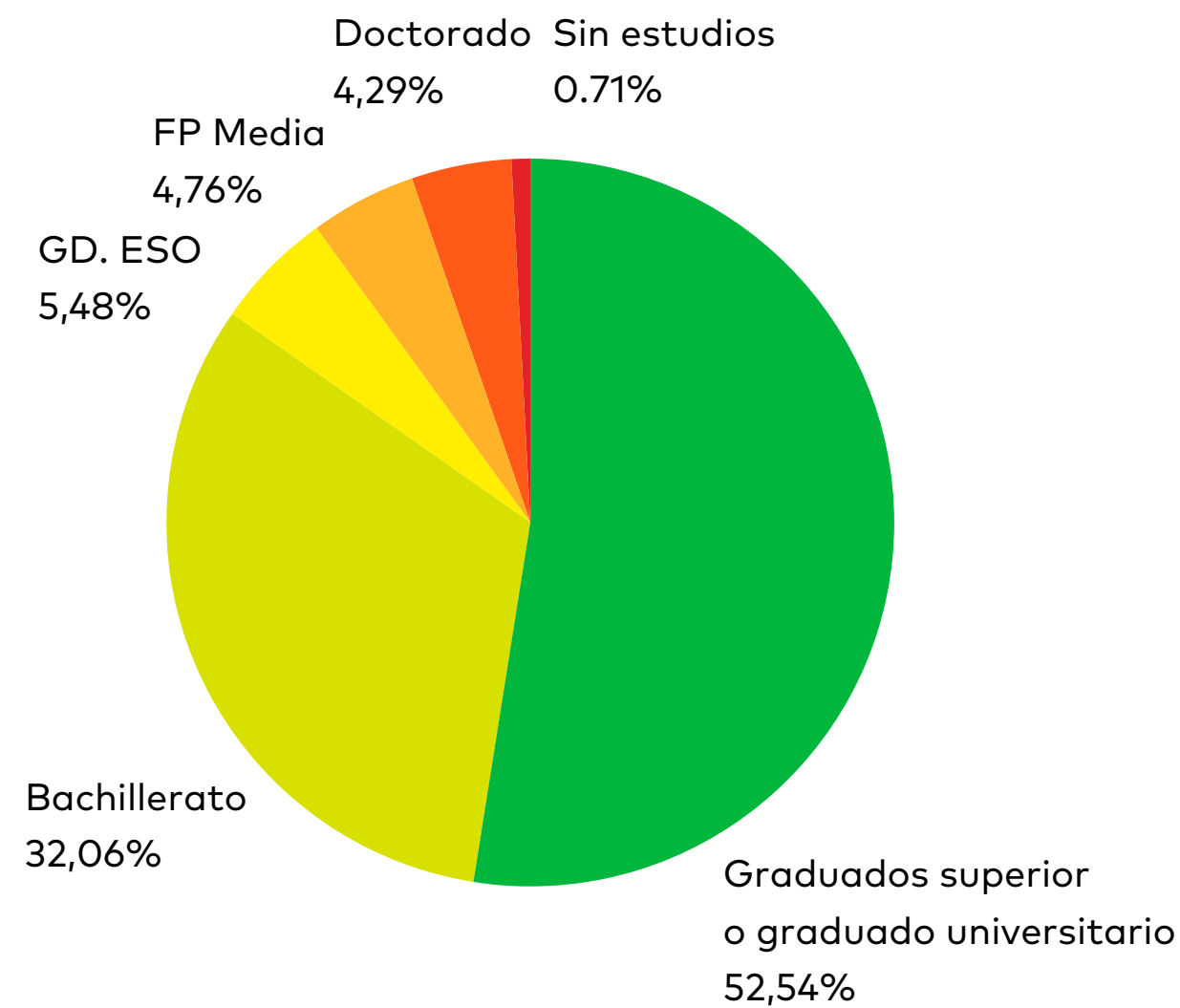
83,97% reside en Murcia
Mayoritariamente con estudios superiores
51,6% estudiantes / 44,1% con empleo

Residen en
otros municipios
16,03%

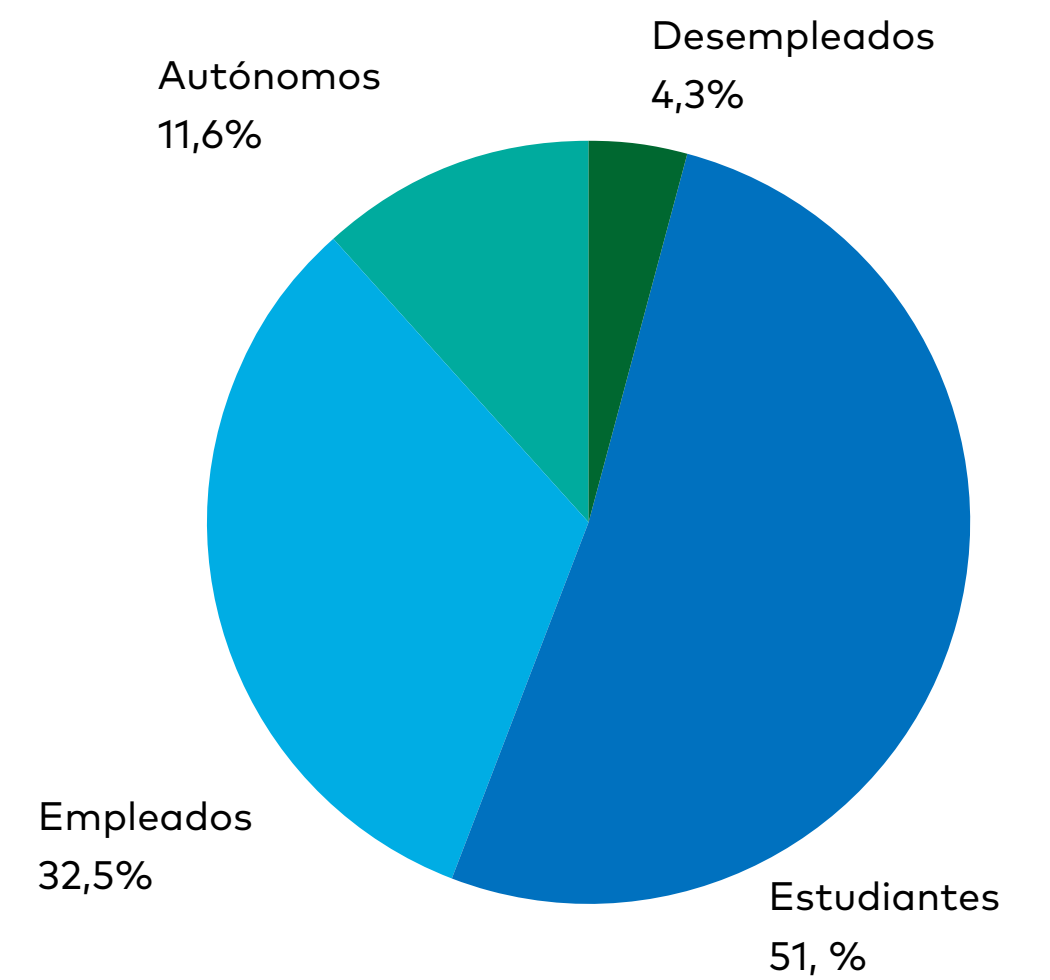


Reside en el
municipio de Murcia
83,97%

Residencia



Nivel estudiantil



Situación laboral

3. ¿Cómo definirías Murcia?

A elegir 3

(1) Cercana, cálida, transitable, apacible, con buena calidad de vida.

(2) Acogedora, generosa, alegre, vital, extrovertida, humilde, solidaria.

(3) Luminosa, muchos días de sol, con buena temperatura, que invita a estar en la calle.

(4) Con una gastronomía única, de gran calidad, mediterránea, con gran oferta y variedad.

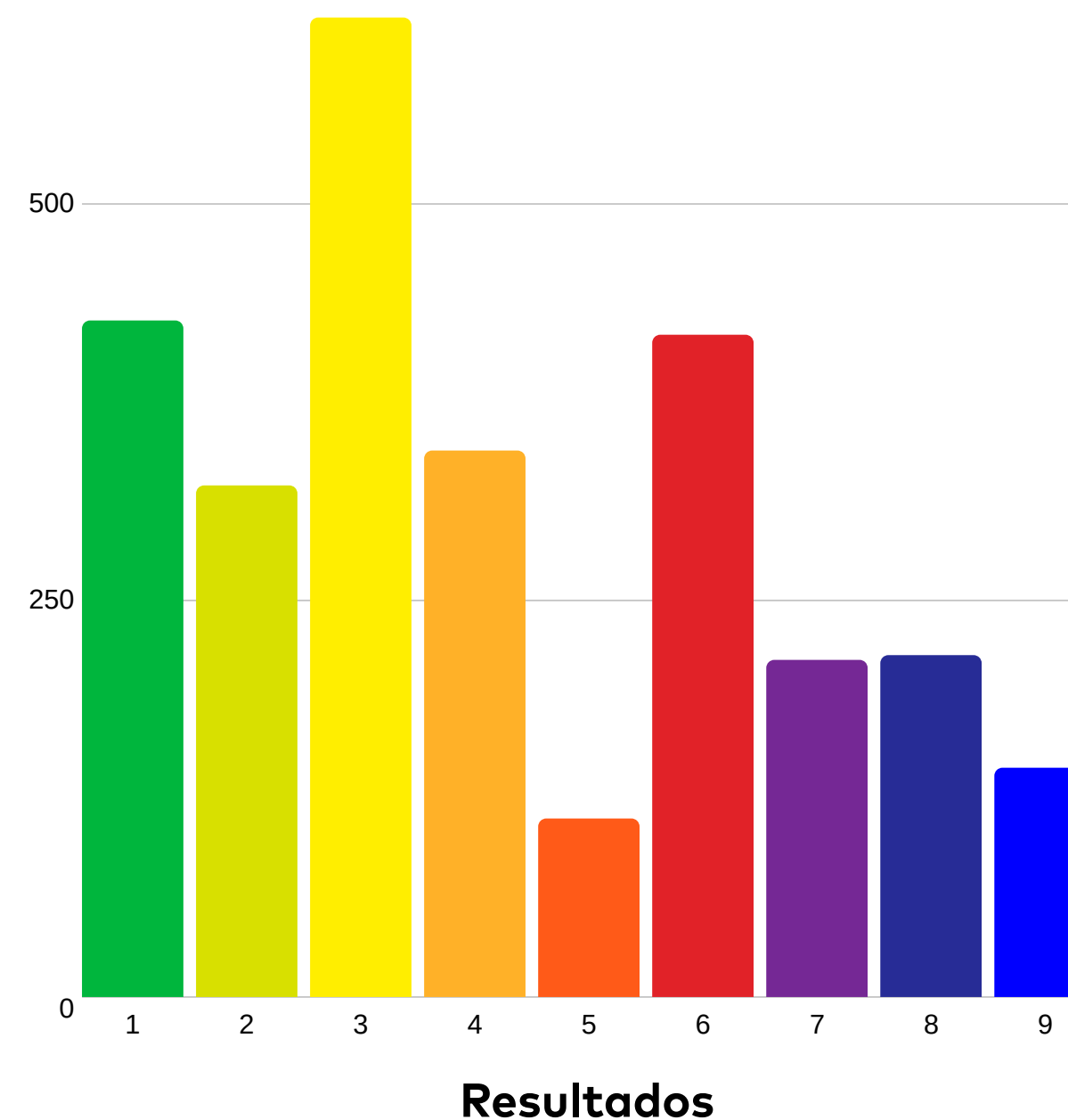
(5) Agrícola, donde el cultivo es un pilar fundamental de la economía.

(6) Tradicional, con gran arraigo de sus fiestas (S.S., F. de primavera, F. de septiembre, moros y cristianos, peñas huertanas, etc)

(7) Cultural, creativa, con un gran dinamismo y número de eventos pese a su tamaño pequeño-mediano.

(8) Juvenil, universitaria, emprendedora, diversa, que genera investigación y conocimiento

(9) Con un entorno natural privilegiado como la huerta.



La definiría como...

Luminosa, con muchos días de sol, buena temperatura, que invita a estar en la calle.

Cercana, cálida, transitable, apacible, con buena calidad de vida.

Tradicional, con gran arraigo de sus fiestas.

4. ¿Qué aspecto mejorarías de Murcia?

A elegir 3

(01) El transporte colectivo

(02) La excesiva presencia del sector agrícola.

(03) La inclusividad de los extranjeros.

(04) La preocupación por la sostenibilidad, la ecología y el cambio climático.

(05) El circuito gastronómico y su poca inclusividad para personas con intolerancias y alergias.

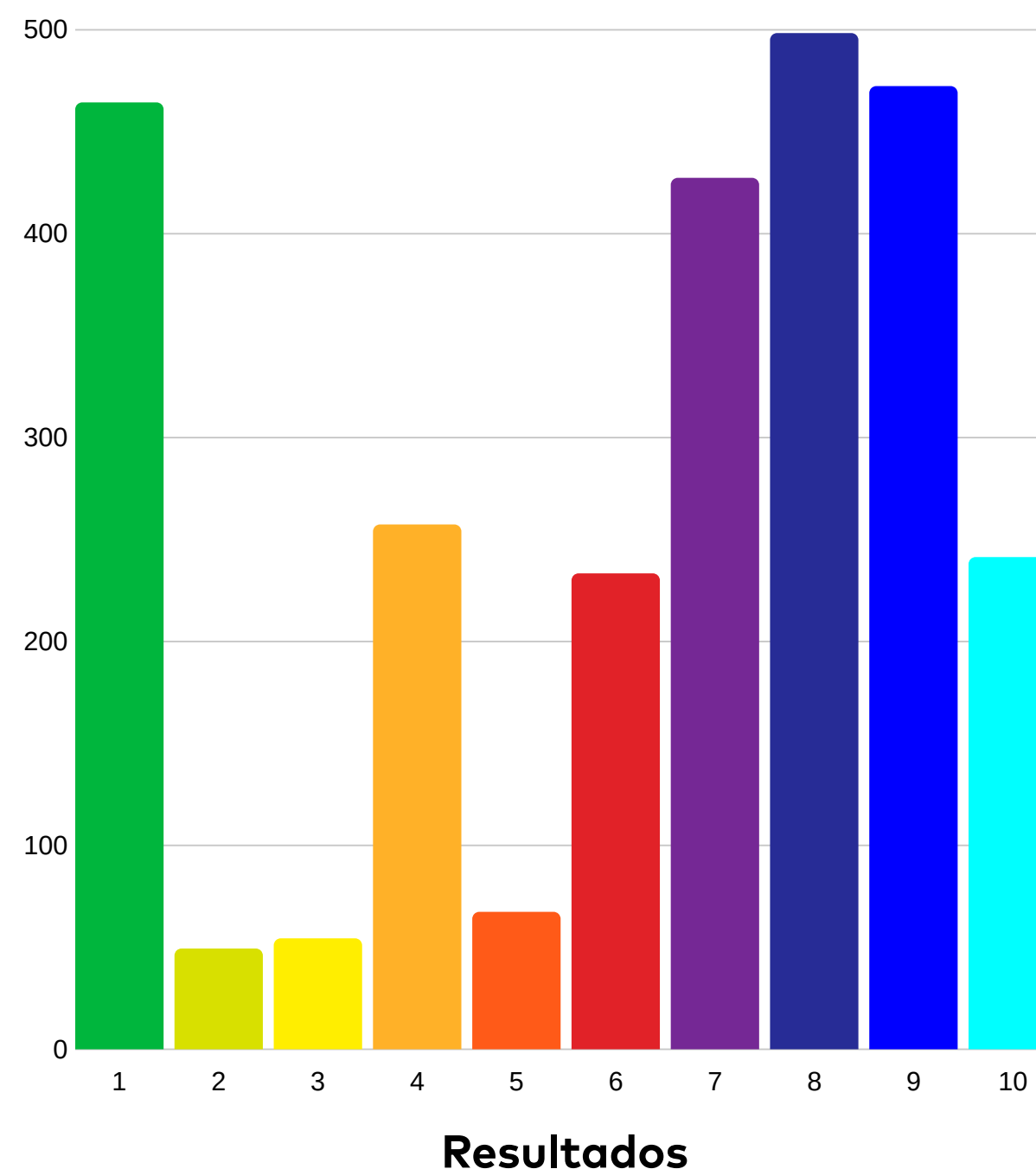
(06) El conservadurismo, donde lo tradicional tiene excesivo protagonismo.

(07) La difusión del gran potencial creativo que posee (diseño, moda, cine, series, arte, música, literatura, tatuaje...).

(08) La puesta en valor del rico patrimonio histórico.

(09) Las oportunidades para gente con talento que emana de las universidades.

(10) La protección del patrimonio natural y cultural de la huerta.



Mejoraría...

La puesta en valor del rico patrimonio histórico

Las oportunidades para gente con talento que emana de las universidades

La difusión del gran potencial creativo que posee (diseño, moda, cine, series, arte, música, literatura, tatuaje...)

5. Los valores de marca-Murcia

A elegir 3

(01) Buena calidad de vida.

(02) El carácter de la gente.

(03) Clima.

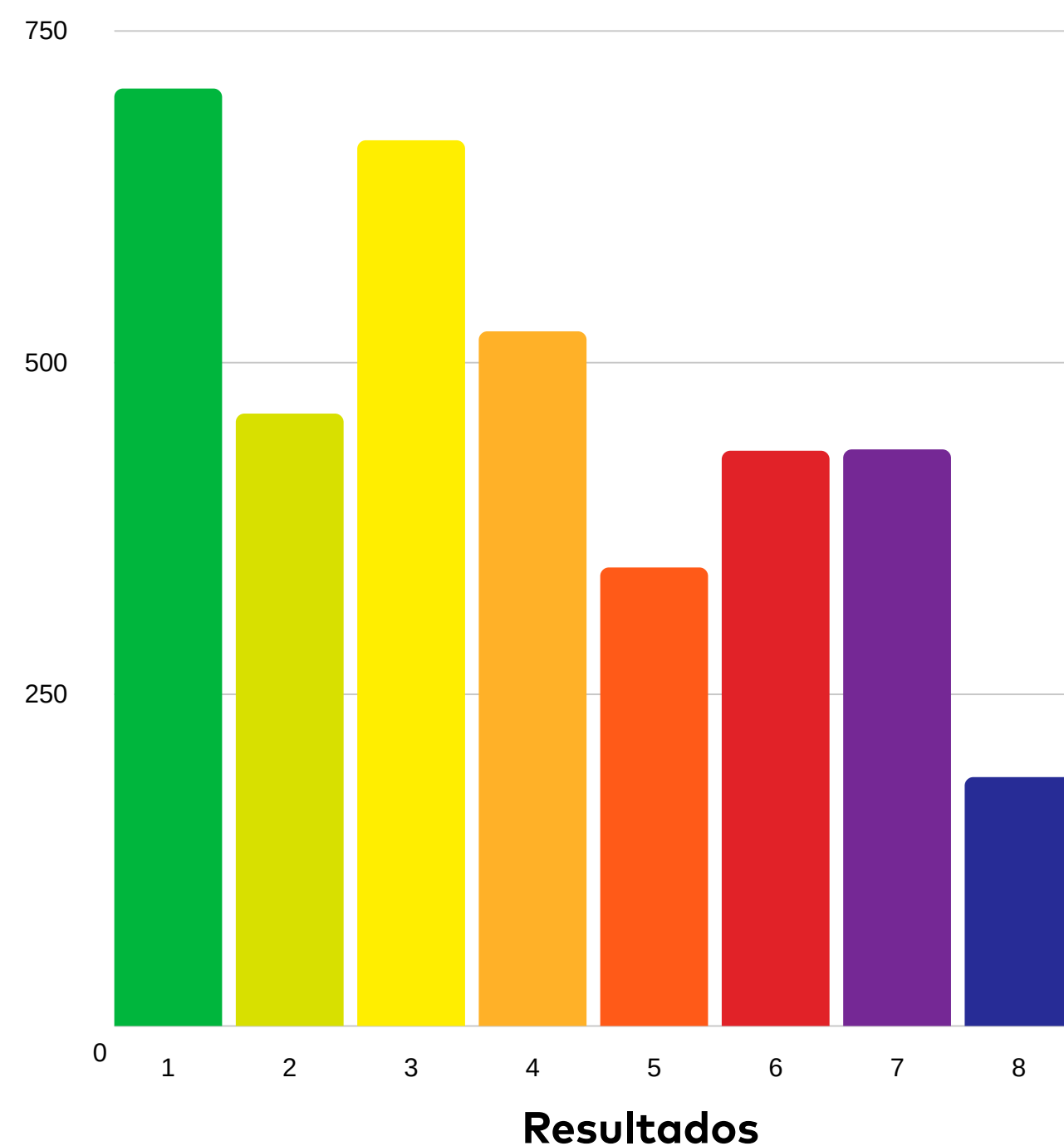
(04) Gastronomía.

(05) Tradiciones.

(06) Cultura y creatividad.

(07) Juventud y Universidades.

(08) Agricultura.



Los valores

BUENA CALIDAD DE VIDA

CLIMA

GASTRONOMÍA

JUVENTUD Y UNIVERSIDADES
(mayor puntuación en población joven)

6. Cuando imagino la Murcia del futuro querría que fuera...

(01) Una ciudad sostenible, ecológica, donde la huerta ha sido recuperada.

(02) Una ciudad que ha recuperado su patrimonio histórico medieval.

(03) Una ciudad más tecnológica y smart.

(04) Una ciudad con más transporte público e intermodalidad (tranvía-bus-bicicleta-peatón)

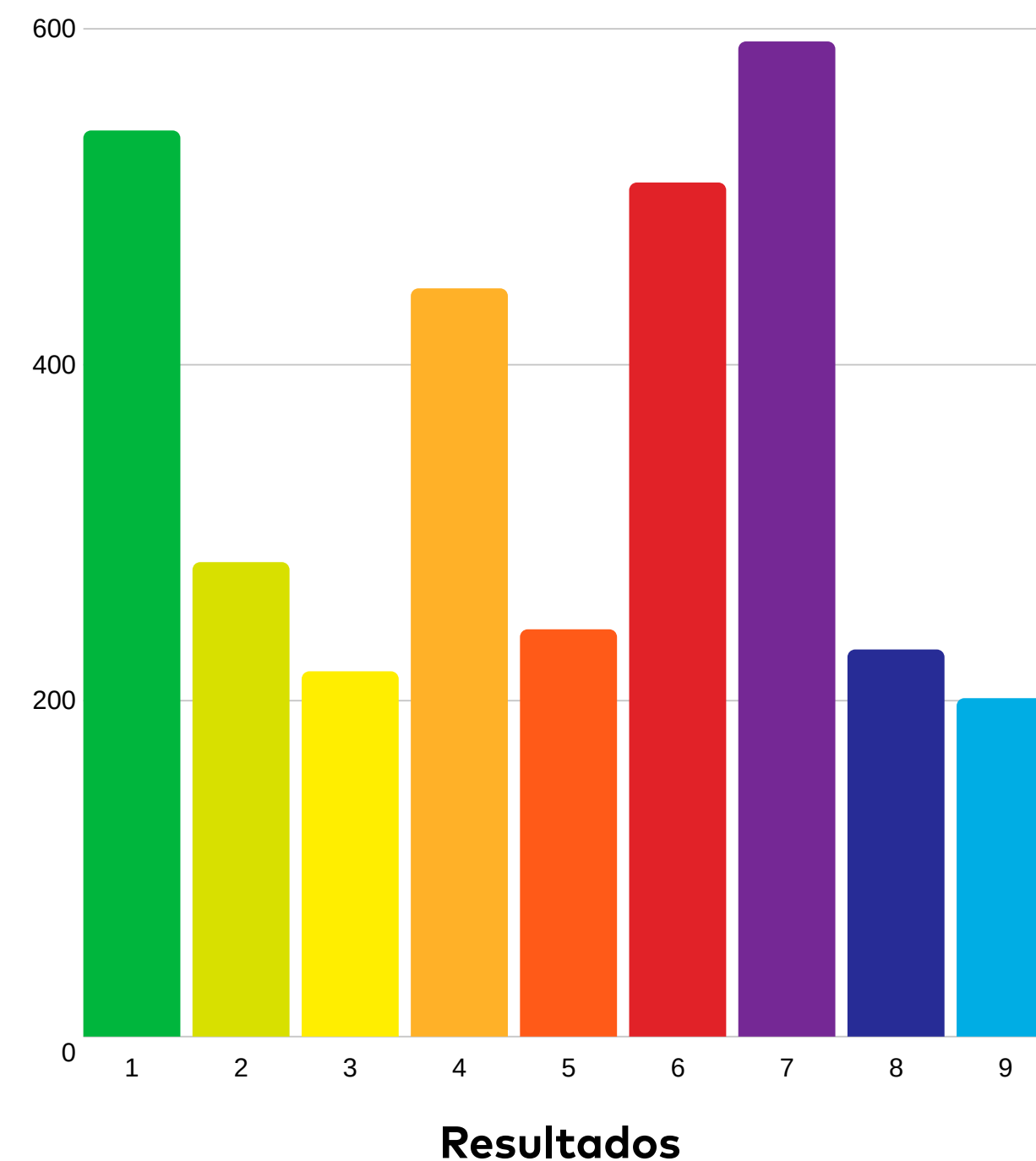
(05) Una ciudad con más referentes y casos de éxito inspiradores en todas las disciplinas.

(06) Una ciudad culturalmente activa y dinámica, donde las personas creativas puedan producir cultura y exportarla a través de las nuevas tecnologías.

(07) Una ciudad joven y universitaria, que genera oportunidades y atraiga el talento.

(08) Una ciudad donde existan políticas pioneras y eficaces en la protección animal y medioambiental.

(09) Una ciudad de emprendimiento, basada en el valor añadido.



Imagino la Murcia del futuro como...

Una ciudad joven y universitaria, que genera oportunidades y atraiga el talento.

Sostenible, ecológica, donde la huerta ha sido recuperada.

Culturalmente activa y dinámica, donde las personas creativas puedan producir cultura y exportarla a través de las nuevas tecnologías.

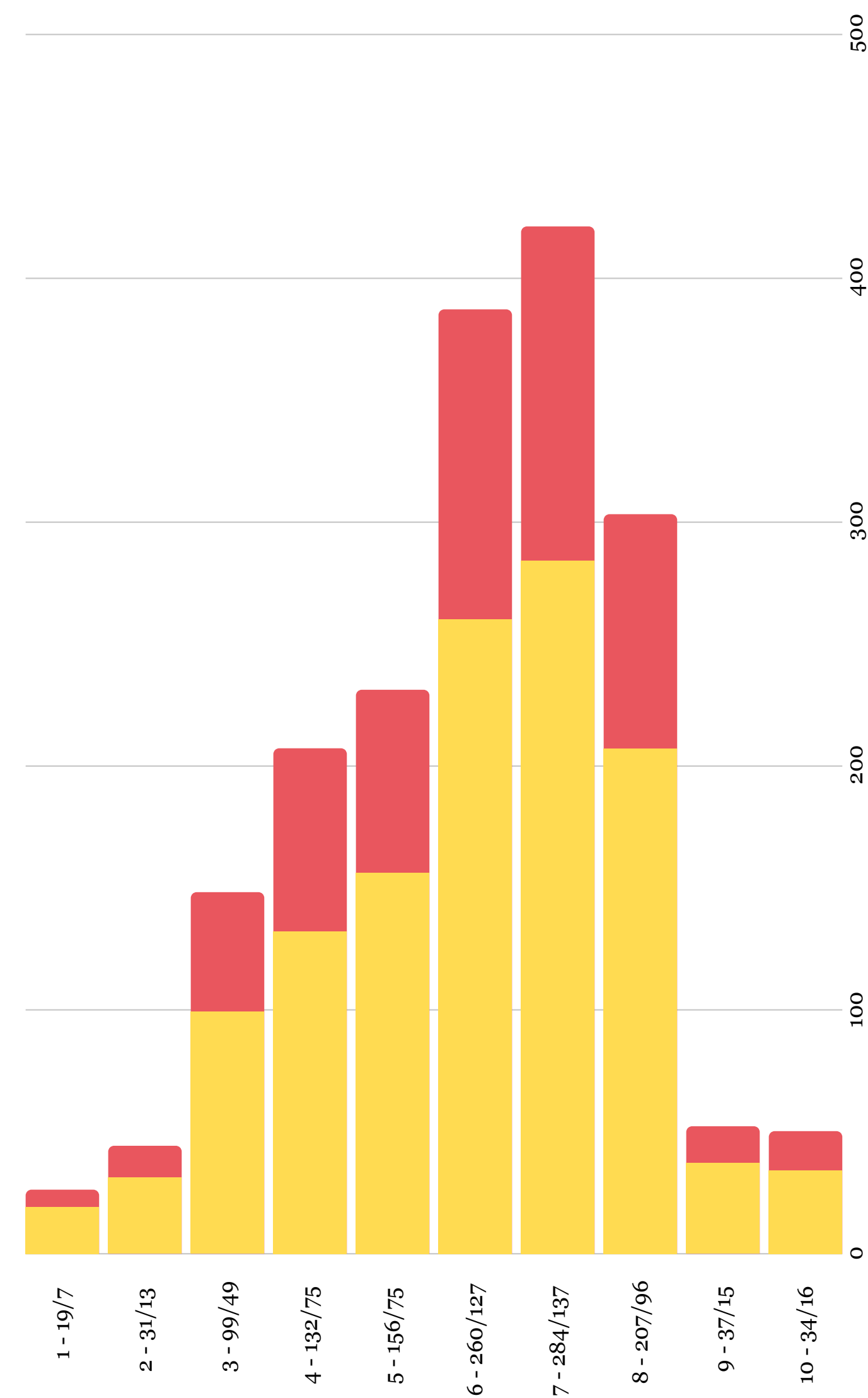
Con más transporte público e intermodalidad (tranvía-bus-bicicleta-peatón).

7. ¿Cómo crees que la ciudad de Murcia es percibida desde fuera?

6 Valoración media sobre de la ciudad de Murcia

TODAS LAS EDADES

DE 18 A 25 AÑOS



8. ¿Cuál es el valor diferencial de Murcia?

Ese aspecto único que destaca por encima de otros

(1) Habitabilidad. (Punto de equilibrio entre calidad de vida, tamaño de la ciudad, clima, transitable)

(2) Alegría. (Una ciudad alegre, abierta, buen clima, buena oferta de ocio)

(3) Gastronomía. (Una gastronomía única, sana, con producto local, variedad y calidad)

(4) Mar y Monte. (Una ciudad que en menos de 30 minutos ofrece ambas experiencias)

(5) La Huerta. (Rodea al casco urbano y genera equilibrio entre lo urbano y lo natural)

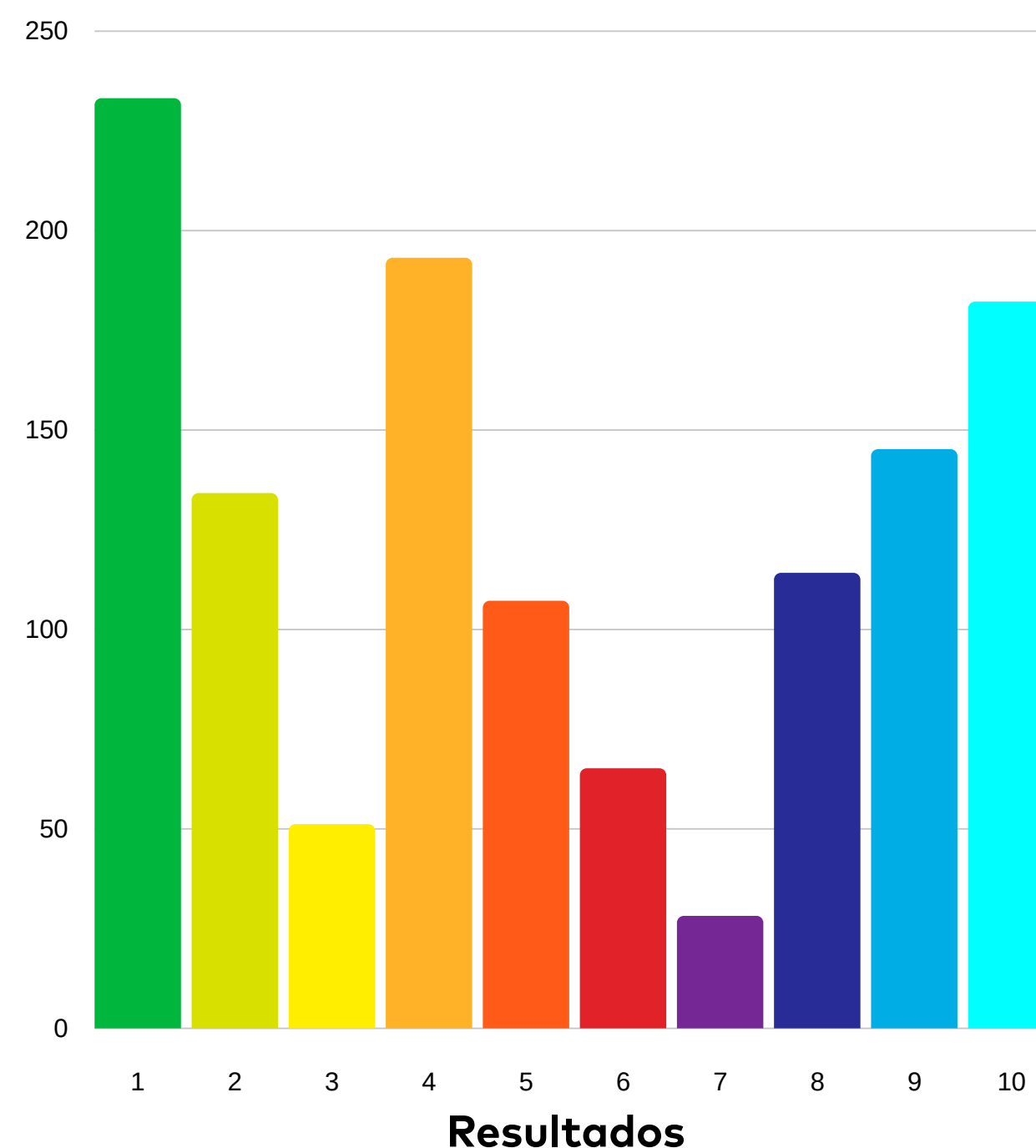
(6) El fuerte sentimiento de pertenencia a esta tierra de los murcianos/as.

(7) Cultura y creatividad. (Murcia; una ciudad llena de cultura y creatividad, llena de artistas y grupos musicales, una ciudad viva.)

(8) Su gente (acogedora, hospitalaria, optimista, abierta, muy simpática)

(9) Fiestas y tradiciones (Bando de la Huerta, Entierro de la sardina, Moros y cristianos, Semana santa, Feria de septiembre)

(10) Su clima (una luz especial, colores únicos, buenas temperaturas)

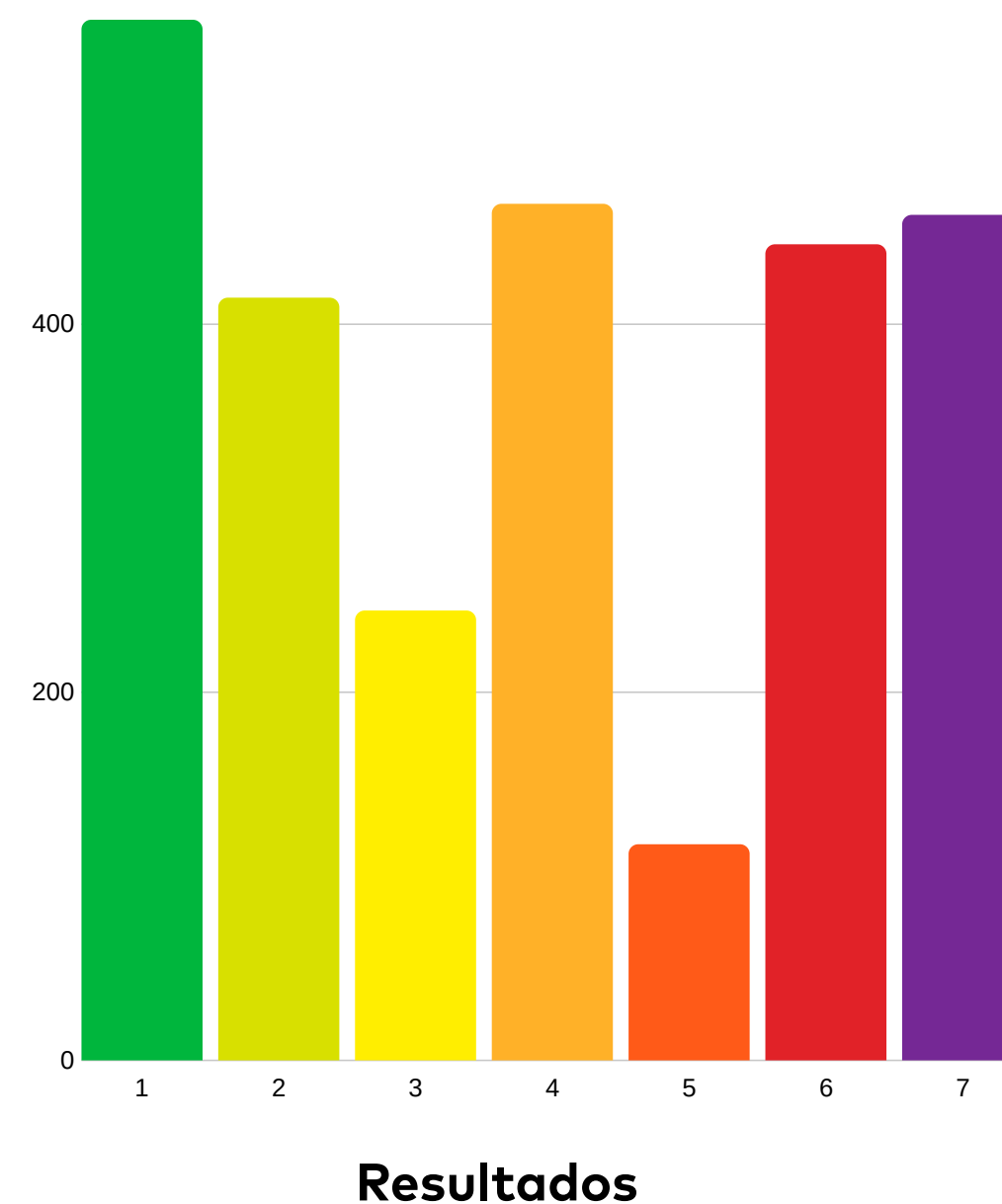


Valor diferencial

**Habitable,
cercana al mar y
a la montaña,
con un clima
único.**

9. ¿Qué apuestas deberían hacerse para mejorar el posicionamiento nacional e internacional?

- (1) Apoyar el talento murciano como marca Murcia (deportistas, músicos, artistas, proyectos innovadores, casos de éxito, etc).
- (2) Poner en valor el patrimonio histórico del municipio.
- (3) Mejorar la comunicación sobre el municipio hacia un modelo basado en el formato audiovisual y redes sociales, así como más presencia en TV.
- (4) Potenciar la imagen de Murcia como un lugar donde emprender en el sector tecnológico o cultural (tecnología, innovación, cine, videojuegos, etc) para atraer talento.
- (5) Promover una gastronomía murciana inclusiva, (para personas con alergias e intolerancias)
- (6) Fomentar la imagen de Murcia como laboratorio contra el cambio climático (reforestación, agricultura sostenible, energías limpias, carril bici)
- (7) Mejorar el turismo de eventos, los festivales y una mayor diversidad en la agenda cultural. Comunicar mejor los eventos para que las personas los conozcan.



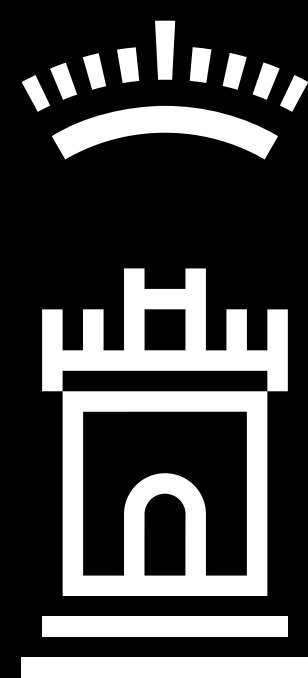
Acciones estratégicas

Apoyar el talento murciano como marca-Murcia.

Potenciar la imagen de Murcia como un lugar donde emprender en el sector tecnológico o cultural.

Mejorar el turismo de eventos, los festivales y una mayor diversidad en la agenda cultural.

Fomentar la imagen de Murcia como laboratorio contra el cambio climático.



**Ayuntamiento
de Murcia**

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS
PROCESO DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA *MARCA-MURCIA*
AGOSTO 2019