

## La Jornada Técnica sobre la Marca Murcia expone en el Almudí los principales valores de nuestro municipio.

- Los puntos fuertes de nuestra ciudad, según las investigaciones, son: la buena calidad de vida, el clima y la gastronomía.
- Compartir los valores de los ciudadanos es fundamental para desarrollar una estrategia de marca ciudad adaptada al municipio.
- Murcia es una ciudad con un rico pasado, a nivel patrimonial e histórico, pero en la que todavía queda mucho por explorar.
- El valor diferencial de nuestro municipio debe ser lo 'verde': la primavera como espacio de crecimiento, como forma de vida.

---

En el evento, que tuvo lugar el martes 1 de octubre en el Palacio Almudí, participó la concejal de Agenda Urbana y Gobierno Abierto, Mercedes Bernabé, el jefe de la sección de Cultura y Sociedad del diario 'La Verdad', Manuel Madrid, la directora de Investigación de Havas Group, Dionisia Mata, y el profesor, consultor y creativo sobre marcas ciudad, Toni Puig.

En primer lugar tomó la palabra la concejal Mercedes Bernabé para exponer los resultados de las investigaciones realizadas hasta el momento, destacando la primera investigación cualitativa que se realizó a diversos perfiles del municipio de Murcia: jóvenes, mayores, creativos, trabajadores, estudiantes, etc; así como la investigación aplicada

mediante encuesta que se llevó a cabo posteriormente para conocer cuales son las opiniones y sentimientos de los murcianos, especialmente de los más jóvenes, respecto a su ciudad.

Tras ello, y a través del elaborado relato de Manuel Madrid, jefe de la sección de Cultura y Sociedad del diario La Verdad, pudimos comprender como Murcia ha sido un espacio histórico por su atracción de comunidades humanas desde el inicio de los tiempos, escapando del tradicional relato histórico de moros y cristianos, para poner en valor al municipio con la trascendencia histórica que merece.

La historia de Murcia es la historia de la Murcia silvestre: de la huerta, las pequeñas comunidades y la tradición; y de la Murcia urbana, de su imponente Catedral, sus barrocas fachadas, y sus bellos espacios. Murcia es una ciudad inquieta, rodeada de bellezas ocultas y repleta de personas talentosas, hospitalarias y afables.

A continuación, tomó la palabra Dionisia Mata de Havas Group, para desarrollar su ponencia sobre 'El valor de las Marcas'. Tras un pormenorizado análisis sobre la influencia que tienen las marcas en los consumidores y un despliegue de herramientas de investigación aplicada para conocer qué piensan y cómo actúan, se abordó la importancia que tiene para los ciudadanos sentirse identificados con las marcas que forman parte de su día a día.



Finalmente intervino el consultor internacional en marcas ciudad, Toni Puig. Toni, a través de una ponencia interactiva y diferente, abordó los diferentes aspectos que influyen en el desarrollo de una marca ciudad, en los elementos y actores clave, así como en los valores que más deberían ponerse en valor para la misma. Sentó también las bases, que ya se habían recogido previamente a través de la investigación, de los principales valores del municipio de Murcia: vivir en *verde*.