

# Ayuntamiento de Murcia

Propuesta estratégica



Ayuntamiento  
de Murcia

**Cambiar de respuesta es  
evolución.**



Ayuntamiento  
de Murcia

Cambiar de respuesta es  
evolución.

**Cambiar de pregunta es  
revolución.**



Ayuntamiento  
de Murcia

Cambiar de respuesta es  
evolución.

Cambiar de pregunta es  
revolución.

**¿Qué es Murcia?**



Ayuntamiento  
de Murcia

# ¿Qué vamos a ver?

**Naturaleza de la propuesta**

**Objetivos principales**

**Necesidades del proyecto**

**Fases y calendario**

**Presupuesto**

# Naturaleza de la propuesta

El Ayuntamiento de Murcia con su nueva corporación municipal necesita unificar su comunicación a través de un tono y diseño único y diferencial, que ponga en valor el municipio de Murcia y ayude a dar a conocer las diferentes acciones del ayuntamiento de una forma llamativa para su población.



# Objetivos principales

---

**Posicionar** Murcia entre las ciudades españolas con mayor **calidad de vida** para sus ciudadanos y resto de la población a través del desarrollo de una Marca Municipio.



# Objetivos principales

---

**Posicionar** Murcia entre las ciudades españolas con mayor **calidad de vida** para sus ciudadanos y resto de la población a través del desarrollo de una Marca Ciudad.

Centrar la comunicación en la **visibilidad del alcalde** de Murcia y a construir su marca personal en la corporación.



Ayuntamiento  
de Murcia

# Objetivos principales

---

**Posicionar** Murcia entre las ciudades españolas con mayor **calidad de vida** para sus ciudadanos y resto de la población a través del desarrollo de una Marca Ciudad.

Centrar la comunicación en la **visibilidad del alcalde** de Murcia y a construir su marca personal en la corporación.

**Conectar** la política de gobierno con los **ODS**, estableciéndolos como columna vertebral y sumando acciones a cada uno de ellos.



# Objetivos principales

---

**Posicionar** Murcia entre las ciudades españolas con mayor **calidad de vida** para sus ciudadanos y resto de la población a través del desarrollo de una Marca Ciudad.

Centrar la comunicación en la **visibilidad del alcalde** de Murcia y a construir su marca personal en la corporación.

**Conectar** la política de gobierno con los **ODS**, estableciéndolos como columna vertebral y sumando acciones a cada uno de ellos.

**Diferenciar** ideológicamente al nuevo **equipo municipal**.



# Necesidades del proyecto

## **FASE DE ESTUDIO**

Análisis y definición de estrategia como cimientos para crear una Marca Municipio sólida y diferencial basada en datos reales.



# Necesidades del proyecto

## **FASE DE ESTUDIO**

Análisis y definición de estrategia como cimientos para crear una Marca Ciudad sólida y diferencial basada en datos reales.

## **BRANDING**

Dotar a la Marca Municipio de Murcia de un tono de comunicación definido y línea gráfica.



# Necesidades del proyecto

## **FASE DE ESTUDIO**

Análisis y definición de estrategia como cimientos para crear una Marca Municipio sólida y diferencial basada en datos reales.

## **BRANDING**

Dotar a la Marca Municipio de Murcia de un tono de comunicación definido y línea gráfica.

## **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

Conectar las conclusiones de la investigación con propuestas que permitan desarrollar los objetivos establecidos por la corporación municipal.



# Necesidades del proyecto

## FASE DE ESTUDIO

Análisis y definición de estrategia como cimientos para crear una Marca Ciudad sólida y diferencial basada en datos reales.

## BRANDING

Dotar a la Marca Ciudad de Murcia de un tono de comunicación definido y línea gráfica.

## PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Conectar las conclusiones de la investigación con propuestas que permitan desarrollar los objetivos establecidos por la corporación municipal.

## EJECUCIÓN

Diseñar y ejecutar acciones concretas que conecten los objetivos con la estrategia y sigan el manual de Marca Municipio.



Ayuntamiento  
de Murcia

# Fases y calendario

**FASE DE ESTUDIO**  
**Responsable**  
**Academia / LCET**

Evaluación de Marca Murcia 2020 con expertos, agentes sociales y ciudadanía.  
Estado del Ayuntamiento de Murcia.  
Conclusiones y propuestas de viabilidad y acción.

**FASE DE PLANIFICACIÓN**  
**Responsable**  
**Ayuntamiento**

Decisión sobre propuestas.  
Decisión sobre viabilidad.  
Debate municipal.  
Presentación de la planificación estratégica Murcia ODS 2030.

**FASE DE EJECUCIÓN**  
**Responsable**  
**Ayuntamiento y agencias**

Definir y desarrollar acciones municipales y campañas asociadas.  
Gestión de la Marca Ciudad.  
Visibilización de acciones.  
Consultas a la ciudadanía.

**FASE DE BRANDING**  
**Responsable LCET**

# Fases y calendario

## mayo - julio 2021

### **FASE DE ESTUDIO**

**Responsable**  
**Academia / LCET**

Evaluación de Marca Murcia 2020 con expertos, agentes sociales y ciudadanía.  
Estado del Ayuntamiento de Murcia.  
Conclusiones y propuestas de viabilidad y acción.

## sept - nov 2021

### **FASE DE PLANIFICACIÓN**

**Responsable**  
**Ayuntamiento**

Decisión sobre propuestas.  
Decisión sobre viabilidad.  
Debate municipal.  
Presentación de la planificación estratégica  
Murcia ODS 2030.

## 2021 - 2022

### **FASE DE EJECUCIÓN**

**Responsable**  
**Ayuntamiento y agencias**

Definir y desarrollar acciones municipales y campañas asociadas.  
Gestión de la Marca Ciudad.  
Visibilización de acciones.  
Consultas a la ciudadanía.



Ayuntamiento  
de Murcia

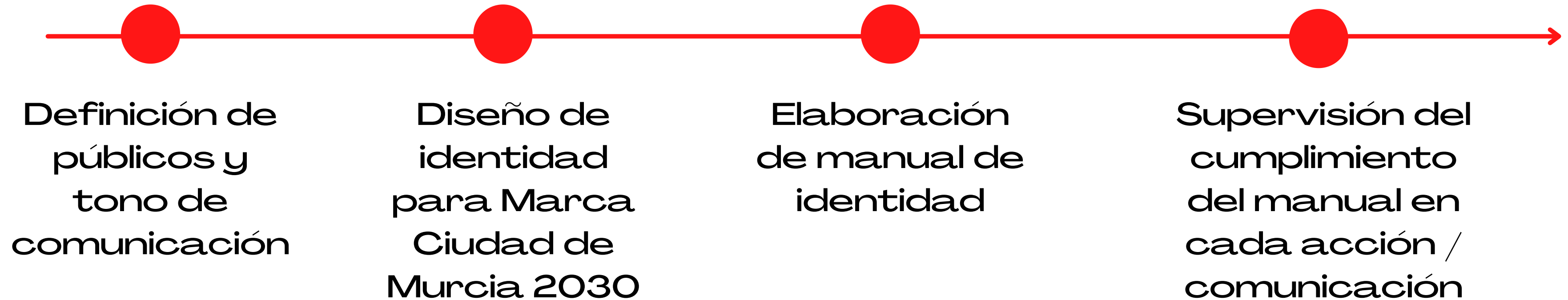
# Estudio y estrategia

**Responsable**  
**Academia / LCET**

- Documentación (estrategia Murcia 2020, lecturas y consulta de datos existentes)
  - Evaluación de la estrategia Murcia 2020 (ejecución de las acciones propuestas y su viabilidad).
  - Encuestas y/o entrevistas.
  - Consultas a expertos (ciudadanía, expertos, corporación municipal y agentes sociales/pedanías).
  - Visitas y contactos con casos de éxito.
- 
- Informe inicial de Estrategia Marca Ciudad de Murcia 2030.
  - Presentación y modificaciones.
  - Informe final con propuestas de acción y branding (identidad, valores y públicos)



# Branding



**Gracias**