

**INFORME
SOBRE LA JORNADA
DE TRABAJO –
IMPULSO A LA
IMAGEN DE LA
INDUSTRIA
REGIONAL –
FUNDACIÓN
ISAAC PERAL**

#01

INTRO

**INFORME
SOBRE LA JORNADA
DE TRABAJO –
IMPULSO A LA
IMAGEN DE LA
INDUSTRIA
REGIONAL –
FUNDACIÓN
ISAAC PERAL**

#01 / INTRO

La **Fundación Isaac Peral** es una alianza de Empresas Industriales y Tecnológicas de la Región de Murcia, impulsada por la Comunidad Autónoma, cuyo objetivo es contribuir al desarrollo y fortalecimiento del sistema industrial y tecnológico regional.

La Fundación nace en un momento en el que la Unión Europea propone medidas para el "renacimiento industrial europeo", con el objetivo de que las actividades industriales alcancen el 20% de PIB. El Gobierno de España tiene en preparación el "Marco Estratégico de la España Industrial" y la Comunidad Autónoma de Murcia presentó, antes del verano, la **"Agenda para el Impulso Industrial y Tecnológico de la Región de Murcia 2021"**.

Entre otras actividades, la Fundación ha constituido varios grupos de expertos, a escala regional y centrados en el ámbito industrial y tecnológico, que conforman un colectivo multidisciplinar de alta cualificación y conocimiento sectorial. Los miembros de estos grupos son empresarios, profesionales y técnicos propuestos directamente por las empresas que conforman la Fundación, así

como expertos externos, procedentes de entidades públicas y privadas de relevancia en el ámbito industrial y tecnológico, que enriquecen con su aportación los debates y las propuestas que se realizan.

Cumpliendo con este propósito, se ha creado el Grupo de Expertos en Marketing y Comunicación que, el pasado 23 de noviembre de 2018, celebró la jornada de trabajo denominada **"IMPULSO A LA IMAGEN DE LA INDUSTRIA REGIONAL"**.

Dicha jornada tuvo lugar en las instalaciones que la compañía Zamora Company tiene en Cartagena, y a ella asistieron 12 representantes de las principales empresas que pertenecen a la Fundación y que ocupan puestos relevantes de marketing y comunicación en sus respectivas empresas.

Se trabajó en base a un guion en el que, además, se analizaron algunos ejemplos de acciones realizadas en otras regiones y países

La Fundación Isaac Peral agradece el tiempo y esfuerzo dedicado a las empresas que participaron en dicha jornada.

#02

INFORME
SOBRE LA JORNADA
DE TRABAJO –
IMPULSO A LA
IMAGEN DE LA
INDUSTRIA
REGIONAL –
FUNDACIÓN
ISAAC PERAL

OBJETIVOS



#02 / OBJETIVOS

Por un lado, realizar una puesta en común sobre la realidad de la industria regional, su potencial actual así como un análisis sobre la imagen infravalorada que posee tanto en el contexto regional como nacional.

Por otro lado redactar un informe que sirva de base para la puesta en marcha, por parte de la Administración Regional, de un Plan de marketing y comunicación que tenga como objetivo principal la **mejora de la imagen de la INDUSTRIA REGIONAL**, tanto en el ámbito regional como nacional.

DISEÑAR UN CONJUNTO DE ACCIONES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN QUE CONTRIBUYAN A:

1

Revalorización del sector industrial de la Región de Murcia mediante diversos soportes tanto conceptuales como materiales y publicitarios.

2

Conceptualización del nivel de excelencia alcanzado por el sector industrial y tecnológico de la Región de Murcia en el espacio restringido de una marca industrial que refleje los valores reales actuales.

3

Posicionamiento de la excelencia de la marca Región de Murcia Industrial y Tecnológica como un referente a nivel nacional e internacional.

#02 / OBJETIVOS

4

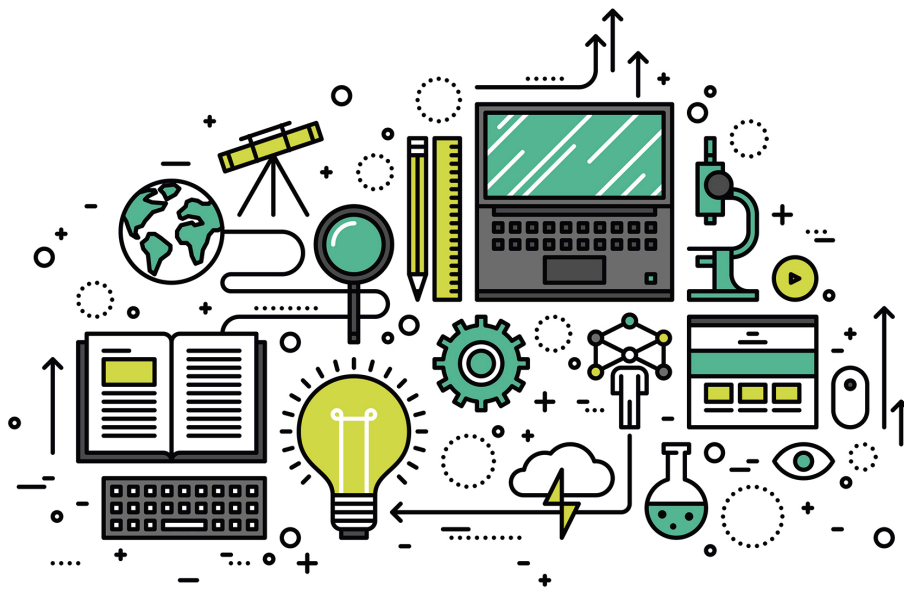
Uso de esa marca para realzar a nivel regional, tanto entre el tejido empresarial como entre la ciudadanía, los valores de un sector líder, generador de empleo estable y de calidad.

5

Difusión de la marca Región de Murcia Industrial y Tecnológica, como estandarte de una región líder en muchos segmentos industriales que sirva para reforzar sus valores comerciales en España y en el extranjero y, por lo tanto a aumentar su competitividad.

6

Proyectar la imagen de la Región de Murcia Industrial y Tecnológica como un proyecto de futuro, modernidad y globalidad, capaz de competir en todos los mercados y en todos los ámbitos con los logros industriales y tecnológicos de los países considerados más avanzados a nivel mundial (Japón, Alemania, EEUU).



#03

**INFORME
SOBRE LA JORNADA
DE TRABAJO –
IMPULSO A LA
IMAGEN DE LA
INDUSTRIA
REGIONAL –
FUNDACIÓN
ISAAC PERAL**

CONCLUSIONES

#03 / CONCLUSIONES

1 — El sector industrial y tecnológico de la Región de Murcia es cada vez más importante y representa un porcentaje cada vez mayor al PIB regional.

2 — La imagen que tiene la Región de Murcia a nivel nacional sigue siendo eminentemente agrícola. Tenemos que conseguir transmitir al exterior nuestra nueva realidad económica e industrial.

3 — Los habitantes de esta Región no son conscientes de lo que somos y de la importancia de nuestras empresas en el ámbito nacional e internacional. Existe un gran desconocimiento por parte de la población de los logros que nuestras empresas están consiguiendo en diferentes sectores industriales y tecnológicos.

4 — Esta imagen equivocada y poco realista genera problemas de credibilidad de nuestras empresas, pérdida de oportunidades, menor competitividad, etc.

5 — En nuestra región se genera talento, pero lo perdemos. Nuestras universidades y centros de formación son capaces de formar buenos profesionales que no rentabilizamos por el desconocimiento de estos futuros profesionales sobre nuestra capacidad industrial y de generación de empleo.

6 — Nuestras empresas tecnológicas desarrollan productos y servicios novedosos y poco comunes que otras regiones no tienen. Éste debe ser nuestro valor diferencial.

7 — Debemos **CONCIENCIAR / TRANSMITIR / CONVENCER** de los valores diferenciales y el potencial de nuestro talento. Para ello hay que definir cuales son esos valores y cuales son realmente objetivos.

8 — Somos una región pequeña pero moderna, tecnológica, emprendedora, diferente...**PODEROSA**. Con nuestro carácter y con apoyo institucional somos capaces de hacer grandes cosas.

Debe existir una alta cooperación entre el sector público y privado para conseguir los objetivos marcados.

#03 / CONCLUSIONES

9 — Debemos disponer de una “Marca” que transmita nuestros valores, que nos identifique con una realidad diferente y que sirva a las empresas como símbolo de identidad. Una marca que pueda ser utilizada tanto por la administración como emblema de lo que somos en las acciones de marketing y comunicación que se realicen así como por nuestras empresas.

10 — Las acciones que se realicen para el impulso de la imagen industrial regional debe extenderse más allá de una campaña de publicidad convencional, abarcando igualmente acciones de divulgación directa como turismo industrial, exposiciones y muestras de aspectos industriales, programación de visitas de estudiantes a industrias locales, concursos y juegos relacionados con la industria así como extender las acciones a provincias limítrofes.

11 — Las acciones deben dirigirse también a un público de edades tempranas y a adolescentes, tanto a través de mensajes como en las acciones promocionales que se realicen.

12 — Debemos utilizar la estrategia de Storytelling, contando historias que emocionen, que transmitan lo que éramos, lo que somos y lo que vamos a llegar a ser.

13 — Tenemos cosas que contar ejemplos de productos innovadores que pueden servirnos de estandarte, empresas líderes que puedan ser nuestra punta de lanza.

14 — Debemos definir e identificar indicadores que midan el éxito de la campaña.

La conclusión final de la jornada del grupo de expertos es la necesidad de realizar un Plan de Marketing y Comunicación (City marketing o marketing de territorio) por parte de la Administración Regional que consiga una nueva proyección de la Región de Murcia, una puesta en valor de nuestro potencial industrial y tecnológico.

Para ello y con el fin de facilitar esta labor, se redacta un documento que sirva de briefing de campaña para la realización del posible concurso de ideas a empresas especializadas en este trabajo.

A hand in a white shirt and tie points towards a digital clock face. The clock is composed of glowing cyan lines and is set against a dark background. The overall aesthetic is futuristic and technological.

#04

**INFORME
SOBRE LA JORNADA
DE TRABAJO –
IMPULSO A LA
IMAGEN DE LA
INDUSTRIA
REGIONAL –
FUNDACION
ISAAC PERAL**

BRIEFING DE CAMPAÑA

#04 / BRIEFING

Antecedentes a la economía regional:

A — Pese a que la Región de Murcia es conocida principalmente por la excelencia de sus productos agrarios, sobre todo frutas y verduras, así como por un potente sector agroalimentario, lo cierto es que la agricultura sólo representa el 5,6% del VAB total, siendo desconocido, tanto para locales como para foráneos, el destacado papel desempeñado por los servicios y la industria que representan aproximadamente el 88% del VAB total (27.506 miles de millones €), con datos de 2017.

B — De hecho, el sector industrial por sí sólo cuadruplica el valor de la agricultura y se sitúa en el 19,8%, con un crecimiento de cerca del 20% en términos de VAB industrial superando ampliamente la media española.

C — Más desconocido, si cabe, es el hecho de que algunas industrias murcianas son líderes en sus segmentos, sea por ventas, por popularidad del producto o por la excelencia del mismo. Cabe destacar empresas como **Respsol, Navantia, Sabic, MTorres Diseños Industriales, Grupo Corporativo Fuertes, Grupo Huertas, AMC Juice, Diego Zamora**, etc.

D — I+D+i: La inversión regional en I+D+i ha sido tradicionalmente reducida, por debajo del 1% del PIB, aunque en el periodo 2014-16 se produjo un cambio de tendencia con un crecimiento del 15% para 2010-2016. La inversión empresarial en I+D+i está liderada de forma clara por el tejido industrial, con el 54% del total, por encima del 40% del sector servicios y del 8% de la agricultura.

E — El gasto de la industria en I+D+i se puede subdividir por sectores de actividad:

- **Metal y maquinaria.** Presenta un mayor gasto, destacando el subsector de fabricación de material de transporte con el 23%.
 - **Refino, química y farmacéutica y alimentación y bebidas.** Entre ellos suman un 85% del gasto en I+D+i y más del 50% del gasto total de las empresas regionales en este concepto. Alimentación y bebidas reduce su gasto en I+D+i respecto a 2010-2016, mientras que tanto metal y maquinaria como refino, química y farmacéutica lo incrementan.
 - **El resto de sectores** mantiene una evolución relativamente estable, en niveles moderados.
-

#04 / BRIEFING

SECTOR INDUSTRIAL. UNA IMAGEN EQUIVOCADA.

El desconocimiento generalizado de los datos expuestos hasta aquí sigue siendo muy persistente en la imagen de la Región de Murcia, tanto interna como externa, que es percibida, mayoritariamente, como agrícola.

Esta percepción de Murcia como Huerta de Europa es esencialmente, positiva, bien que INSUFICIENTE. De hecho, representa un excelente ejemplo de que algo parecido debería hacerse para el sector industrial. Tal y como se ha hecho para la agricultura.

Las fuertes campañas de imagen, la presencia continuada en los medios de comunicación, la presencia en ferias europeas, la enorme difusión de los productos agrícolas, así como sectores afines: conserva, tecnología de riego, incluso logística, ha propiciado -a veces por pura inercia de décadas- el concepto positivo de huerta europea.

Sin embargo, en los últimos años, las recurrentes críticas con la gestión del agua, supuesto mal uso de la misma (campos de golf, urbanismo exacerbado) y problemas

derivados de varios factores, como las perturbaciones sufridas en el Mar Menor; han empañado, al menos parcialmente, esa buena imagen que hasta no hace mucho era impecable.

La distorsión de la buena imagen en el sector agrícola y turístico necesita ser revertida y mientras que la recuperación de la imagen positiva concierne a otras instancias, ajenas al Grupo de Expertos en Marketing y Comunicación, lo cierto es que un impulso de esa Murcia avanzada tecnológicamente, con una industria competitiva y un desarrollo sostenible tendrá dos ventajas:

01 – Fortalecer la imagen de una realidad ya existente: tecnología avanzada en el sector industrial.

02 – Revertir la imagen de una Región de Murcia con críticas medioambientales y minusvalorada en los medios de comunicación además de limitada en el sector agrario.

CONCLUSIÓN

Por lo tanto, el cambio de tendencia de nuestra economía, el importante crecimiento de determinados sectores, la fuerte presencia de nuestras empresas en el extranjero, la innovación tecnológica producida por muchas de nuestras empresas y el hecho de contar con productos y servicios realmente innovadores y únicos, hacen que podamos competir sin complejos con otras regiones, tanto españolas como europeas.

#04 / BRIEFING

OBJETIVOS.

El objetivo fundamental del presente documento es la contratación de un servicio de agencia para la creación de un Plan de Comunicación que contenga:

- Creación de una Marca Institucional que abandere las acciones de comunicación que se diseñen en el plan.
- Diseño de una campaña institucional que impulse y proyecte una nueva imagen de Región más acorde con la realidad actual.

PUNTO DE PARTIDA.

En general, y desde el punto de vista de la imagen, la Región Murcia posee atributos más que suficientes, si nos centramos en los aspectos tecnológicos e industriales, para cimentar una marca que responda con solidez y rigurosidad a la realidad subyacente: el tejido empresarial.

FORTALEZAS ¿QUE APORTAMOS?

- a) Mayor equilibrio sectorial entre Industria tecnológica y agricultura tecnológica.
- b) Productos y servicios innovadores de alta tecnología
- c) Grandes empresas con alto peso específico en el ámbito nacional e internacional
- d) Alta concentración de talento tecnológico probado
- e) Alto nivel formativo en sectores técnicos.
- f) Varias universidades de reconocido prestigio.
- g) Carácter emprendedor

PUNTOS DÉBILES

- a) Región uniprovincial de pequeño tamaño.
- b) Desconocimiento de nuestra realidad fuera de nuestras fronteras.
- c) Los habitantes de esta región tampoco conocemos la realidad. No somos conscientes de la situación actual. Falta de reconocimiento y credibilidad por parte de la población regional.
- d) En algunas ocasiones, baja relación entre empresa y Administración.

#05

INFORME
SOBRE LA JORNADA
DE TRABAJO –
IMPULSO A LA
IMAGEN DE LA
INDUSTRIA
REGIONAL –
FUNDACIÓN
ISAAC PERAL

TRABAJOS A REALIZAR



#05 / TRABAJOS A REALIZAR

A – CREACIÓN DE MARCA.

Se trata de diseñar una marca que represente los valores reales y tangibles de la región en su aspecto industrial. Ésta podrá ser utilizada tanto en campañas institucionales como por las empresas de nuestra región como identificativo y sello de identidad. Debe representar los valores de:

**INNOVACIÓN
TECNOLOGÍA
DIVERSIDAD
TALENTO**

B – PROPUESTA CONCEPTUAL.

Se propone, como posible concepto de partida, “estar en modo ON” como sinónimo de “una región que está en marcha”. Sinónimo de “start”, de puesta en marcha, de que todo está conectado y en orden.

Se propone un diseño neutro con un concepto fuerte y claro y reconocible:

“Estar ON”

**REGIÓN DE
MURCIA EN
ON**

**EXCELENCIA INDUSTRIAL
Y TECNOLÓGICA**

REGIÓN DE MURCIA EN ON

EXCELENCIA INDUSTRIAL
Y TECNOLÓGICA

#05 / TRABAJOS A REALIZAR

Se sugiere invertir el orden natural de
"Región de Murcia" por "Murcia. Región en.."
ya que, de esta manera, conseguimos mayor
impacto y diferenciación sin por ello herir
ningún tipo de sensibilidad.

**Este punto de partida es óptimo
para titulares asociados a la marca
que ponen en valor los objetivos
de la acción de comunicación:**

**REGIÓN DE MURCIA
PROYECTOS INNOVADORES EN ON**

**REGIÓN DE MURCIA
TALENTO TECNOLÓGICO EN ON**

**REGIÓN DE MURCIA
TECNOLOGÍA EN ON**

**REGIÓN DE MURCIA
FUTURO EN ON**

**PON TUS
IDEAS INNOVADORAS
EN ON**

**REGIÓN DE
MURCIA EN
ON**
EXCELENCIA INDUSTRIAL
Y TECNOLÓGICA

**PON TU
FUTURO LABORAL
EN ON**

**REGIÓN DE
MURCIA EN
ON**
EXCELENCIA INDUSTRIAL
Y TECNOLÓGICA

#05 / TRABAJOS A REALIZAR

La marca deberá ir acompañada de una frase o Tag Line o frase breve especialmente diseñada para expresar de manera ingeniosa e inteligente nuestra propuesta de marca. Será una frase permanente y quedará asociada a la marca de manera inalterable como una prolongación de su nombre. El atractivo de la expresión determinará su peso emocional e incidirá en la oferta que ofrecemos.

Como aproximación se puede utilizar la palabra clave "TALENTO" como síntesis de todos los valores que queremos transmitir.

TALENTO INDUSTRIAL Y TECNOLÓGICO

**REGIÓN DE
MURCIA EN
ON**

**TALENTO INDUSTRIAL
Y TECNOLÓGICO**

#05 / TRABAJOS A REALIZAR

C – CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN / CITY MARKETING.

El objetivo es diseñar una campaña de
publicidad que sea adaptable a diferentes
soportes de comunicación (Tv, prensa, radio,
digital, RRSS y que transmita las ideas
fuerza como:

SOMOS TALENTO TECNOLÓGICO

SOMOS PEQUEÑOS PERO PODEROSOS

**REGIÓN DE MURCIA
SOMOS MUCHO MÁS**

**EL MEJOR LUGAR PARA INVERTIR
EN TECNOLOGÍA**

CONECTADOS CON EL FUTURO

**REGIÓN DE MURCIA BAJO
UN PRISMA DISTINTO**

#05 / TRABAJOS A REALIZAR

Objetivos de la campaña:

A — Posicionar a la Región de Murcia como una región tecnológica, emprendedora y que alberga empresas industriales y tecnológicas que aportan productos y servicios avanzados.

B — Proyectar a la RM como mucho más de lo ha sido hasta ahora, una región con talento, moderna, diversa.

C — Convencer a los habitantes de esta región de nuestro potencial. Somos mucho más de lo que nos creemos. Debemos conseguir convertir a los murcianos en nuestros mejores prescriptores.

Estrategia de comunicación

A — Desarrollo de una idea basada en la nueva forma de ver a la Región; Una mirada nueva y renovada hacia la Región de Murcia". Un prisma diferente, un nuevo punto vista ausente de tópicos regionales. Invitaremos a ver a la RM bajo un nuevo punto de vista; "El prisma de la tecnología, de la innovación, del talento, etc."

B — Utilización de casos de éxito desarrollados por empresas de la región; proyectos empresariales hechos realidad en diferentes ámbitos, empresas que han llevado a cabo ideas de negocio y que han triunfado en mercados exteriores, personas clave, etc.

Estrategia creativa

Enfoque creativo basado en una ventana a través de la que nos llega "la otra visión de la Región de Murcia" y lo que no debemos perder de vista. Nuestra tecnología y nuestra industria superpuesta a otros aspectos actualmente menos relevantes y más conocidos como agricultura y turismo.

#05 / TRABAJOS A REALIZAR

D – REALIZACIÓN DE MATERIAL AUDIVISUAL.

Consistente en videos de diferente duración para utilizar en medios convencionales de Tv o redes sociales. Materiales que transmitan el nuevo concepto de “La nueva visión de la Región de Murcia” y en los que se vea reflejada la realidad actual con ejemplos concretos, storytelling, etc.

E – CREACIÓN DE ENTORNO WEB.

Moderno e innovador, diferente al institucional, donde se puedan reflejar contenidos reales, testimonios, experiencias, proyectos, personas reales, etc.

F – CREACIÓN DE UN PLAN DE CONTENIDOS DE COMUNICACIÓN.

Mediante la contratación de una Agencia de comunicación que consiga:

- Activar la presencia en medios de comunicación generando noticias de interés y novedosas relacionadas con los avances tecnológicos producidos en la Región con el objetivo de afianzar y normalizar la imagen de “Lugar de excelencia tecnológica”.

- Utilizarlos como argumento en acciones de redes sociales.

G – PRESENCIA EN FERIAS

Presencia en ferias internacionales de sectores de interés como alimentación, construcción, informática y telecomunicaciones, etc., mediante la construcción de stands que comuniquen la nueva forma de ver la Región de Murcia.

H – PREMIO A LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN

Mediante la creación de un premio internacional a proyectos innovadores que, con el tiempo, pueda adquirir un reconocido prestigio sectorial.

I – ORGANIZACIÓN DE CONFERENCIAS, JORNADAS, TALLERES, ETC.

Dentro o fuera de la RM, que se utilicen para mostrar a líderes de opinión, medios de comunicación, etc., nuestra nueva realidad.

#05 / TRABAJOS A REALIZAR

J – ACCIONES EN COLEGIOS E INSTITUTOS.

- Visitas programadas de grupos escolares a industrias.
- Realización de videos divulgativos de procesos productivos industriales, adaptados a su edad y conocimiento
- Creación de material divulgativo como juegos de ordenador, apps, etc., que ayuden a los profesores y educadores a divulgar nuestros valores tecnológicos.
- Realización de concursos con participación escolar que incentiven la creatividad, el talento y el trabajo en equipo.

K – ACCIONES EN UNIVERSIDADES.

- Creación de becas de investigación
- Creación de premios a proyectos innovadores
- Realización de jornadas profesionales, talleres, etc., con participación de alumnos de universidad.



#06

INFORME
SOBRE LA JORNADA
DE TRABAJO —
IMPULSO A LA
IMAGEN DE LA
INDUSTRIA
REGIONAL —
FUNDACION
ISAAC PERAL

TARGET
Y AMBITO DE
CAMPANA

#06 / TARGET Y ÁMBITO DE CAMPAÑA

TARGET:

Nos dirigimos a varios tipos de target diferentes:

TARGET 01 / NACIONAL.

Sociedad empresarial, tanto regional como nacional, líderes de opinión, empresarios, medios de comunicación.

TARGET 02 / REGIONAL.

Habitantes de la RM en general, mayores de 18 años.

TARGET 03.

Universitarios y estudiantes de bachiller.

ÁMBITO DE CAMPAÑA

Según los objetivos de campaña, el ámbito de la actuación será doble:

Regional y nacional.

**INFORME
SOBRE LA JORNADA
DE TRABAJO –
IMPULSO A LA
IMAGEN DE LA
INDUSTRIA
REGIONAL –
FUNDACIÓN
ISAAC PERAL**

ORGANIZA:

Fundación 
ISAAC PERAL

COLABORA:

info
REGIÓN
DE MURCIA