

BASES QUE HAN DE REGIR EL CONCURSO DE IDEAS, CON INTERVENCIÓN DE JURADO, PARA EL DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL CLUB DE MARKETING DE LA RIOJA

BASE PRIMERA.- ANTECEDENTES

En el marco de la celebración del 45 Aniversario del Club de Marketing de La Rioja, se ha considerado idónea la convocatoria de un concurso abierto a las Agencias y Diseñadores socios del Club de Marketing para participar en la actualización del Logotipo destinado a ser la imagen visual institucional y corporativa que la identifique y que sea representativa de la misma en toda la difusión de información, a través de la web, redes sociales y otros documentos.

BASE SEGUNDA.- OBJETO DEL CONCURSO

El objeto del presente concurso es propiciar la concurrencia de proyectos con la finalidad de renovar la imagen del CMRioja, mediante el diseño de una marca y la posterior elaboración de un manual de identidad corporativa. Las características técnicas de dichos trabajos están fijadas en las Condiciones Reguladoras Técnicas (Anexo I).

BASE TERCERA.- PREMIOS DEL CONCURSO

La dotación del presente concurso consistirá en un único premio de 4.000 € a la propuesta seleccionada en primer lugar. El concurso podrá declararse desierto en caso de que ninguno de los proyectos presentados resulte suficientemente satisfactorio para los objetivos del concurso. El importe señalado no incluye los impuestos a que hubiera lugar, procediendo el CMR a la correspondiente retención del IRPF en el caso de personas físicas sujetas a retención si fuese procedente.

BASE CUARTA.- DESTINATARIOS DEL CONCURSO

Los concursantes podrán ser personas físicas o jurídicas que sean socios del Club de Marketing de La Rioja en el momento de cierre del concurso (28 de mayo). Si una persona participara, bien a título individual o como parte de un equipo, en varias propuestas será objeto de exclusión de todas las suscritas por él. Cada una de las personas participantes podrá presentar como máximo una solución de diseño. La inscripción en el concurso implica el conocimiento y aceptación plena de todas las condiciones establecidas en las presentes bases.

BASE QUINTA.- INCOMPATIBILIDADES Y DEBER DE ABSTENCIÓN

No podrán participar en el concurso, como titulares o como miembros de equipos, personas comprendidas en los siguientes supuestos:

- Los miembros del Jurado.
- Quienes tengan, con los anteriores, parentesco de consanguinidad dentro del cuarto grado o de afinidad dentro del segundo grado con el jurado.
- Quienes mantengan relaciones de servicio colaboración profesional con los miembros del Jurado.

BASE SEXTA.- COORDINADOR TÉCNICO Y CONSULTAS TÉCNICAS

La unidad gestora del presente contrato será el CMR y podrán dirigirse en cualquier momento a través del correo administracion@cmrioja.com para resolver cualquier duda planteada en las bases del concurso.

BASE SÉPTIMA.- INSCRIPCIÓN Y DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LOS CONCURSANTES

El plazo de inscripción y entrega de documentación será hasta el viernes 28 de mayo. No será válida ninguna inscripción que no haya sido formalizada en los términos establecidos en las presentes bases.

La documentación a presentar por los concursantes se presentará en el Club de Marketing de La Rioja, C/ Medrano 12, 26008 Logroño, en horario de atención al público o mediante correo postal presentando la siguiente documentación en sobres cerrados:

- SOBRE “A” DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA
- SOBRE “B”: PROPUESTA TÉCNICA

SOBRE “A” DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA Un sobre cerrado en el que figurará externamente el título “SOBRE A: DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA” y el título del concurso: “CONCURSO DE PROYECTO DE DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA DEL CLUB DE MARKETING DE LA RIOJA”. En dicho sobre de Documentación Administrativa se incluirá: Que se encuentra de alta en algún epígrafe adecuado para la realización de la presente actividad. Que cede de manera gratuita sus derechos de distribución y comunicación pública al CMR. Que si su propuesta es seleccionada, cede al CMR la propiedad del diseño pudiendo, en su caso y de acuerdo con la legislación vigente, registrarlo, adquiriendo los derechos de propiedad industrial.

SOBRE “B”, PROPUESTA TÉCNICA. Deberá tener el siguiente título: “Sobre B: PROPUESTA TÉCNICA. CONCURSO DE PROYECTO DE DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA DEL CLUB DE MARKETING DE LA RIOJA”. En este sobre habrá de omitirse, en todo caso, toda

referencia que pueda llevar al jurado a conocer la identidad del concursante, siendo causa de exclusión de la propuesta el incumplimiento de esta obligación.

Contendrá una descripción de la proposición técnica, de conformidad a las Condiciones Regulatoras Técnicas (Anexo I) de manera que permita su valoración conforme a los criterios de adjudicación determinados en la cláusula de criterios de adjudicación de las presentes Condiciones Regulatoras. Se incluirá por tanto en este sobre la propuesta de:

* Diseño de logotipo El logotipo debe reflejar la naturaleza del CMR. Es imprescindible incluir las palabras: Club Marketing de La Rioja. El diseño debe estar inspirado en los valores y aspectos recogidos en el Pliego de Condiciones Técnicas.

Todas las propuestas se presentarán en soporte papel, así como en USB, en formato vectorial, con todas sus versiones, illustrator, jpg y pdf. Ningún trabajo presentado podrá estar firmado por el participante, ni llevar marca distintiva que pueda facilitar el reconocimiento del autor por parte del jurado. Los trabajos serán numerados según el orden de recepción de los mismos y se garantizará el anonimato en el proceso de selección. Se entregará un resguardo acreditativo de su presentación.

BASE OCTAVA.- CRITERIOS DE VALORACIÓN

El contrato se adjudicará a la oferta que obtenga mejor puntuación de acuerdo con los siguientes criterios, y sin perjuicio del derecho del CMR a declararlo desierto si el jurado entendiese que no hay suficiente calidad en las propuestas presentadas:

- Originalidad y creatividad del diseño: 35 puntos
- Capacidad de transmitir el significado del CMR y de representarlo: 40 puntos
- Capacidad de adaptación a los soportes establecidos: 25 puntos

Los valores artísticos, simbólicos y la capacidad de representación y de comunicación del logotipo, originalidad e innovación de la propuesta creativa, creatividad, diseño propuesto, practicidad, recordabilidad y sencillez serán los aspectos determinantes para elegir la propuesta ganadora. Se valorará también su potencial respecto a su versatilidad para aplicar en diversos soportes.

El Jurado actuará con total independencia. Podrá excluir, aquellos trabajos que no se ajusten a las prescripciones técnicas establecidas.

BASE NOVENA.-COMPOSICIÓN DEL JURADO

El Jurado estará compuesto por 5 miembros, según el siguiente esquema:

- 4 miembros de la Junta Directiva del Club de Marketing
- 1 Experto en Diseño

Las funciones de secretario en las reuniones del jurado las llevará a cabo la Gerente del Club de Marketing, que tendrá voz pero no voto.

Serán funciones del Jurado:

- El análisis de la documentación y la admisión definitiva de los trabajos recibidos.
- La propuesta razonada de exclusión de aquellos trabajos no admitidos, que se recogerá en acta, y podrá deberse a:
 - Entrega de la documentación fuera de plazo.
 - Incumplimiento de alguna de las presentes Bases.
 - Quebrantamiento del anonimato o de las normas de presentación.
 - Cualquier intento de influir en la decisión del Jurado a través de cualquier medio.
- El análisis de las propuestas presentadas y valoración de las mismas, pudiendo recabar a tal efecto los asesoramientos que estime oportunos.
- La vigilancia y el cumplimiento del anonimato en la documentación.
- La aplicación e interpretación de las presentes Bases, estableciendo las normas de su propio funcionamiento.
- La propuesta de resolución definitiva: el fallo que resuelva el concurso deberá ser razonado.
- El Secretario del Jurado levantará acta de todas las actuaciones que efectúe el mismo.
- Las decisiones del Jurado se tomarán por unanimidad o, en su defecto, por mayoría de las asistencias.

BASE DÉCIMA - DESARROLLO DEL CONCURSO

Con el fin de garantizar la confidencialidad de las propuestas, el Jurado procederá en primer lugar a la apertura del sobre B y únicamente cuando se haya seleccionado al ganador se procederá a la apertura de la documentación administrativa. Los miembros del Jurado proclamarán que no participan como concursantes y que desconocen la identidad de los concursantes. El Jurado acordará un procedimiento de selección en función a la cantidad y calidad de las propuestas presentadas, basándose en sistemas de discusión y descartes sucesivos. En caso de optarse por sistemas de votación, de producirse un empate, se procederá a una nueva discusión, y solo tras tres votaciones empatadas, se decidirá el voto de calidad del presidente. El Jurado, expondrá, y así quedará recogida en el Acta, los motivos por los cuales realiza la selección de la mejor propuesta de acuerdo con los criterios de adjudicación.

- IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS

Conocido el dictamen con la propuesta del Jurado y teniendo en cuenta el contenido del acta, el órgano de contratación procederá a la apertura de los sobres "A" para la identificación del proyecto seleccionado y de aquéllos que, no habiendo sido premiados, no solicitaron el anonimato posterior.

- DIFUSIÓN Y DEVOLUCIÓN DE LOS TRABAJOS

El trabajo premiado podrá ser utilizado por el Club de Marketing de La Rioja en cualquier medio de difusión que se prevea sobre el mismo. El resto de participantes podrán retirar sus propuestas transcurrido un mes desde la proclamación de resultados. La documentación que no sea retirada, podrá ser destruida por el CMR para su posterior reciclaje.

BASE DECIMOPRIMERA.- ADJUDICACIÓN.

El Jurado propondrá al órgano de contratación la concesión del premio y reclamará al responsable de la oferta propuesta la presentación de la siguiente documentación::

- Manual de Identidad Corporativo del CMR en el plazo de 3 meses desde el anuncio de su adjudicación
- Factura con el importe del premio 4.000€ + IVA

BASE DECIMOSEGUNDA.- PROPIEDAD INTELECTUAL

El autor del diseño seleccionado cederá en exclusiva al CMR los derechos de explotación de la obra, y prestarán su autorización para que el CMR pueda modificar, desarrollar o adaptar dicho diseño, pudiendo utilizar para ello cualquier medio que considere oportuno. Los autores ganadores cederán de manera gratuita sus derechos de distribución y comunicación pública al CMR. Los concursantes se comprometen a no divulgar sus propuestas antes del fallo del Jurado. Sus autores se comprometen a hacer referencia al órgano convocante del concurso en cualquier publicación posterior en la que aparezca su propuesta. El propio Jurado decidirá sobre cualquier duda de interpretación de los contenidos de las presentes bases, así como de otros aspectos relacionados con el Concurso que tengan como finalidad su resolución sin mermar los derechos de los concursantes.

ANEXO I

Condiciones Regulatoras Técnicas

1.- OBJETO El objeto del presente concurso es propiciar la concurrencia de ideas con la finalidad de renovar la imagen del CMR, mediante el diseño de una marca y la elaboración de un manual de identidad corporativa.

2.- CONCEPTO La generación de una imagen visual corporativa del CMR debe contemplarse no como una acción individual sino dentro de un conjunto de actuaciones encaminada a conseguir poner en práctica un auténtico PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.

El primer propósito de este proyecto es identificar al CMR, situarlo en el mapa y crear elementos simbólicos que permitan reconocerlo con facilidad. Por un lado se trata de que el CMR adapte su imagen para contar con una identidad propia diferenciada de otras organizaciones a fin de que el CMR cuente con una personalidad definida y una imagen global que la identifique en cualquier circunstancia en la que esté presente de modo que los directivos y empresas reconozcan de forma inmediata esa presencia.

La generación de una imagen visual corporativa del CMR requiere un proceso de reflexión: Cómo contribuirá a construir una imagen de marca de Club acorde a la realidad del colectivo profesional y de empresas a las que nos dirigimos y a unos valores que puedan transmitirse de un modo implícito. Desde este punto de vistas, esta nueva imagen corporativa debe contribuir a la identificación y posicionamiento del CMR y la comunicación de valores ante sus asociados, pero también de cara al exterior, empresas y directivos. Y habrá que proporcionar un manual de uso corporativo para dotar de esta coherencia a todas las aplicaciones del mismo que lo requieran.

2.- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

1.- Documento con diseño de logo.

- La imagen corporativa debe reflejar la naturaleza del CMR. Es imprescindible incluir el nombre de la institución: Club de Marketing de La Rioja
- Debe servir para todo tipo de medios: prensa, audiovisual, web, vallas publicitarias, redes sociales...
- El logotipo deberá funcionar en negativo, color, grises y B/N.
- Debe funcionar en distintos tamaños y en diferentes posiciones (Horizontal y vertical).
- Los colores deberán ser fácilmente convertibles en formatos de cuatricromía o en pantones directos.
- Habrá que tener en cuenta que el logo tendrá que funcionar, en momentos determinados, con un claim que será definido por el CMR.

2.- Aspectos de la idiosincrasia del CMR para tener en cuenta en la elaboración de la imagen corporativa.

El Club de Marketing de la Rioja es una asociación sin ánimo de lucro, fundada en diciembre de 1975 por un grupo de empresarios riojanos, con el objetivo de difundir las técnicas del marketing entre las empresas riojanas.

Cuarenta y cinco años después, nuestra entidad ha evolucionado y su objetivo en la actualidad es convertirse en la organización de referencia en gestión avanzada, ayudando a los directivos y a sus empresas a conseguir sus retos profesionales, a través de la formación, la mejora continua y el intercambio de ideas.

Nuestra entidad se identifica con los siguientes valores:

Liderazgo y excelencia en sus actuaciones

Innovación y diferenciación en enfoques y despliegues de contenidos y metodologías

Adaptabilidad y flexibilidad ante los **cambios**

Responsabilidad, integridad y **transparencia** en la gestión propia

Su objetivo es contribuir a una comunidad más preparada y unida, con conocimiento de las últimas tendencias. Darles acceso a herramientas para su constante actualización y facilitarles un ecosistema donde puedan compartir experiencias, ideas y soluciones a sus retos.

A nuestra asociación pertenecen más de 400 empresas de La Rioja y de su entorno más cercano. Y de ellas alrededor de 2200 directivos son objetivo de nuestras actividades; pertenecientes a diferentes áreas de la empresa: gerencia, financiera, marketing, comercial, internacional, producción, calidad, recursos humanos, etc.,.

Somos una organización abierta a la colaboración con otras entidades, así, durante toda nuestra historia, hemos tenido como partners regionales al Gobierno de La Rioja, Ayuntamiento de Logroño, Federación de Empresas, Cámara de Comercio, Colegios Oficiales, Universidad de La Rioja, UNIR, ESDIR....

A nivel nacional e internacional hemos desarrollado proyectos con ICADE, MIT, ESIC, DEUSTO, Centros de Excelencia, AEC, Clubs de Marketing, etc y con entidades europeas en diferentes proyectos europeos.

A lo largo del año realizamos más de 70 acciones entre las que destacamos cursos de formación, talleres de implantación, conferencias divulgativas, encuentros de networking, foros, proyectos de desarrollo empresarial y reconocimientos a la excelencia empresarial como son nuestros Premios Mercurio, que tras 39 años de historia siguen siendo un evento de reconocido prestigio en nuestra sociedad.

En todas estas actividades participan anualmente más de 1700 directivos de empresas de nuestro entorno, con los que tenemos la oportunidad de entablar una relación

cercana, que nos permite estar continuamente informados de las necesidades de las empresas que componen nuestra realidad económica.

Áreas de actuación:

Todas las actividades que realizamos se enmarcan dentro de la Gestión Avanzada y la Innovación.

Nuestro propósito es orientar a las empresas en la necesaria búsqueda de mejoras de competitividad integrando conceptos de gestión aportados desde diferentes ámbitos en las últimas décadas: Gestión del Conocimiento, Calidad Total, Excelencia en la Gestión, Innovación, Transformación Digital y Responsabilidad Social Empresarial entre otras.

Esto se resume en los siguientes objetivos:

- Generar en las personas un sentimiento de pertenencia a un proyecto compartido.
- Orientar la empresa hacia los clientes realizando una aportación diferencial de valor.
- Aplicar la innovación en todos los ámbitos de la empresa.
- Potenciar el compromiso con la sociedad, importante suministrador de capacidades competitivas relevantes.
- Generar una visión de largo plazo que se materialice mediante una estrategia claramente definida.
- Alcanzar resultados satisfactorios para los diferentes grupos de interés de manera sostenida y equilibrada.

Resumiendo queremos que el logotipo transmita que el Club de Marketing es la institución que camina junto a los directivos y empresas, ayudándoles a progresar y a crear sinergias entre los diferentes sectores. Es su compañero de viaje en el progreso.

No se aceptarán propuestas:

- Cuya imagen no sea original, o sea similar a alguna existente.
- Que contengan mensajes que pudieran resultar ofensivos.
- Que contengan imágenes reales de personas.
- Que contengan imágenes sexistas.

3.- Manual de Identidad Corporativa.

Para una fase posterior el ganador se compromete a la realización de un manual de identidad corporativa. El manual debe describir cuáles van a ser y cómo se deberán

utilizar los elementos que componen la nueva imagen corporativa del CMR y justificación de los mismos.

Este **manual** deberá incorporar como mínimo los siguientes elementos:

1. La marca.
2. Tipografía corporativa.
3. Colores de la marca, zonas de protección, aplicación de fondos.
4. La aplicación de la marca constará como mínimo en:
 - Papelería de oficina. Incluyen tarjetas de visita, 2 modelos de sobres (cuadrado y americano), cartas A4, carpeta A4, bolígrafo, cuaderno A4 ...
 - Faldón para email
 - Aplicación logotipo en Página Web (home).
 - Aplicación de logotipo al perfil Redes Sociales (FB, Instagram, LinkedIn, y Twitter)
 - Imagen para adaptar a presentaciones Power Point.

Todas las propuestas se presentarán en soporte papel, así como en digital, en formato vectorial, con todas sus versiones, illustrator, jpg y pdf.