

BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

1. INTRODUCCIÓN.

La Asociación para el Desarrollo Zamora10, es una asociación sin ánimo de lucro inscrita como asociación de desarrollo provincial en el Registro de Asociaciones de la Junta de Castilla y León con fecha 27 de marzo del 2018, con el número de registro 0002872 de la sección PRIMERA.

Está constituida formalmente por la Caja Rural de Zamora, la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Zamora, La CEOE-CEPYME de Zamora, la Asociación Zamorana de Empresarios de Hostelería, (AZEHO), y la Asociación Zamorana de Empresarios de Comercio, (AZECO).

Están protocolariamente ligados a esta iniciativa empresarial y ciudadana la Subdelegación del Gobierno en Zamora, la Junta de Castilla y León, la Excm. Diputación Provincial de Zamora, y el Excmo. Ayuntamiento de Zamora.

Zamora10 es una iniciativa cuyo objetivo es el desarrollo y puesta en marcha de proyectos estratégicos que dinamicen e impulsen la Provincia de Zamora.

Es conocido por todos que la marca de un TERRITORIO es un poderoso elemento de diferenciación. Los Territorios han de posicionarse adecuadamente con el objetivo de ser más atractivos y competitivos, es por ello, que la Asociación para el Desarrollo Zamora10, a fin de dar una proyección externa de la Provincia de Zamora y posicionarla adecuadamente, pone en marcha el **Concurso Internacional de Ideas para la Promoción de la Provincia de Zamora, (España)**, a través de la creación de una imagen de **"Marca Zamora"**.

Por ello invita a todas las personas físicas y jurídicas que estén interesadas en participar en este concurso internacional de ideas a que presenten sus propuestas.



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

2. OBJETO.

El objeto de este concurso internacional de ideas es el de seleccionar trabajos de creatividad y diseño para la creación de la imagen inédita "**Marca Zamora**", la cuál será utilizada por todas aquellas administraciones, instituciones, empresas o particulares según se recogerá en el Manual de Identidad Corporativa de la Marca Zamora y en el Reglamento de uso de la misma.

La Marca Zamora se utilizará en todos los soportes de comunicación futuros que se desarrollen para la promoción de la provincia.

3. CONCURSANTES.

Podrán participar en el Concurso las personas físicas, o cualquier entidad constituida legalmente, española o extranjera, a título individual o en equipo, con plena capacidad jurídica y de obrar.

No se permitirán más de un trabajo por autor, ya se realicen de forma individual o mediante asociación con otros autores que participen en el Concurso..

4. TRABAJOS.

Los trabajos que presenten los concursantes deben ser originales y basarse en la construcción de una marca, atractiva y diferente, inspirada en los valores y los recursos de la Provincia de Zamora, así como en las emociones y los sentimientos que ésta transmite.

La imagen también deberá ser versátil y adaptable, dado que tiene que convivir con diversos logotipos de administraciones, instituciones y/o empresas, y deberá poder ser aplicada en diferentes formatos, soportes, y/o espacios.

5. FORMATO DE LOS TRABAJOS.

La creación de la Marca Zamora es de libre procedimiento, con la recomendación, no obligación, que incluya la palabra "Zamora".



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

Cada propuesta debe presentarse en soporte rígido de tamaño 50x70 cms., (vertical), con todas las aplicaciones cromáticas y estructurales que el diseñador considere necesarias para una buena representación de la Marca.

Igualmente, este panel resumen debe incluir una breve justificación teórica de la estructura y diseño presentadas, así como todas las aplicaciones, en los distintos soportes/espacios que considere adecuadas, para dar fe de la óptima aplicación de lo mismo.

Se deberá aportar, de forma complementaria al soporte rígido, el trabajo en soporte electrónico, para lo que podrá utilizar cualquier formato electrónico, (CD, DVD, memoria USB...), en formato JPG, PNG y TIFF, con una resolución mínima de 300 ppi.

Las propuestas podrán incluir un lema, frase o eslogan, exigiéndose en este caso una argumentación que motive los trabajos presentados, relacionados con el nombre y personalidad de la Marca, que se consideren de interés para reforzarla y facilitar su comunicación.

La vinculación del lema al logo será decisión de la Asociación para el Desarrollo Zamora10.

Toda esta documentación se representará con la técnica que cada concursante considere más adecuada o coherente con su proyecto, siempre con la finalidad de obtener un panel que sea capaz de explicar eficientemente el trabajo y a su vez sea entendido como un soporte que necesariamente expresan una visión completa del proyecto.

6. FASES DEL CONCURSO.

El Concurso objeto de esta convocatoria se desarrollará en las siguientes fases:

- a) **Convocatoria.** Publicidad en diferentes soportes *on line* y *off line* de las bases reguladoras del Concurso.



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

- b) **Presentación de propuestas.** Los concursantes deben presentar sus trabajos en el lugar y el plazo establecidos en las bases.
- c) **Constitución del jurado.** La constitución del jurado se hará pública a través de las webs del Excmo. Ayuntamiento de Zamora, Excma. Diputación Provincial de Zamora, Asociación para el Desarrollo Zamora10, Caja Rural de Zamora, Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zamora, CEOE-CEPYME de Zamora y AZEHOS.
- d) **Selección de los trabajos.** El jurado seleccionará el trabajo ganador en base a los criterios de valoración.
- e) **Resolución.** El órgano competente resolverá la concesión de los premios recogidos en estas bases.

7. PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS.

Las propuestas deben presentarse en un sobre/paquete cerrado, con información del remitente, y que contenga dos sobres cerrados, identificados únicamente con el texto "sobre 1", y "sobre 2" respectivamente, con el siguiente contenido:

- a) **Sobre 1:** Los datos identificativos del concursante, (nombre, dirección, teléfono, correo electrónico y cualquier otro dato que lo identifique), junto con una declaración responsable sobre propiedad intelectual. (**Anexo A de las Bases**).
- b) **Sobre 2:** El diseño propuesto montado en soporte rígido de 50x70 cms., vertical, junto con las diferentes aplicaciones sobre soportes y productos y una breve memoria explicativa del trabajo.

Dentro de este sobre, y sin ninguna identificación ni texto, se deberá incluir otro sobre que contenga el soporte electrónico que se aporta.

Ambos sobres no deben llevar ningún texto o identificación del remitente.

La Asociación para el Desarrollo Zamora10 rechazará, y no valorará, todas aquellas propuestas que no cumplan con los requisitos mínimos establecidos.



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

8. LUGAR DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS.

Los concursantes presentarán sus propuestas y la documentación requerida en la sede de la Asociación para el Desarrollo Zamora10, C/ San Torcuato nº 11, bajo, 49004 Zamora, (España).

Los trabajos deben ser remitidos certificados por correo/mensajería/courier o cualquier otro medio similar, y en todos los casos a portes pagados.

9. PLAZO.

El plazo de presentación de las propuestas finaliza el **30 de abril del 2020 a las 23:59 horas UTC+1**, (Central European Time de Madrid, España).

10. PREMIOS.

- a) Se establece un único premio de 10.000 \$USD, -DIEZ MIL DÓLARES USD-, para el concursante que haya presentado el diseño de la imagen de la Marca Zamora seleccionado.
- b) El jurado elegirá dos menciones, sin remuneración económica, a las que se dará publicidad al igual que a la marca premiada.
- c) El importe del premio está sujeto a las retenciones fiscales que procedan según la legislación española aplicable.

El proyecto ganador se publicará en las webs del Excmo. Ayuntamiento de Zamora, Excma. Diputación Provincial de Zamora, Asociación para el Desarrollo Zamora10, Caja Rural de Zamora, Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zamora, CEOE-CEPYME de Zamora, y AZEHOS.

11. JURADO.

- a) La selección del diseño de la marca ganadora de este concurso la realizará un jurado formado por tres personas expertas, de reconocido prestigio, y especialistas en comunicación.



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

Los miembros del Jurado estarán asesorados por zamoranos de prestigio, que aporten la visión de la provincia de Zamora.

- b) El presidente del jurado será elegido entre los miembros del jurado.
- c) Los miembros del jurado serán designados y seleccionados en el Consejo General de Zamora10.

Una vez constituido el jurado, su composición se publicará en las webs del Excmo. Ayuntamiento de Zamora, Excmo. Diputación Provincial, Asociación para el Desarrollo Zamora10, Caja Rural de Zamora, Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zamora, CEOE-CEPYME de Zamora, y AZEHOS.

- d) Es competencia asignada al jurado, además de la valoración de los trabajos de creatividad y diseño presentados por los concursantes, la interpretación de las presentes bases y la resolución de cuantas cuestiones pudiesen suscitarse con motivo de este concurso.
- e) El jurado puede proponer que el Concurso sea declarado desierto si los diseños presentados por los/as concursantes no alcanzan los objetivos del mismo y el nivel de calidad esperado.
- f) Actuará como Secretario del Jurado, sin voz ni voto, el Gerente de la Asociación para el Desarrollo Zamora10.

12. CRITERIOS DE VALORACIÓN.

Se valorarán las obras que, a juicio del jurado, mejor identifiquen y representen la Provincia de Zamora. Se tendrá en cuenta la originalidad, la creatividad y la calidad artística.

La puntuación de los criterios de valoración es la siguiente:



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

Criterios	Puntuación máxima
Diseño: Atractivo, original, claro, con estética atrayente y singular.	Hasta 20
Valor artístico: Comunicativo, simbólico.	Hasta 25
Identidad: Inspiración en los valores y recursos de la Provincia, así como en las emociones y sentimientos que esta transmite, con una clara identificación de la Marca con la provincia de Zamora.	Hasta 25
Versatilidad: Adaptable a objetos y espacios, así como a la diversidad sectorial de Zamora, manteniendo una unidad de imagen.	Hasta 15
Adaptación: Convivencia con otros logotipos de administraciones, instituciones y empresas.	Hasta 15

Para cada uno de los criterios se otorgará la máxima puntuación prevista en la propuesta que mejor cumpla los requisitos establecidos.

13. RESOLUCIÓN DEL JURADO.

El jurado dispondrá de un plazo máximo de tres meses, a contar a partir de la finalización del plazo de presentación de propuestas, para resolver el concurso.

El fallo del jurado será inapelable.

14. OBLIGACIONES DE LOS GANADORES.

El ganador del concurso tiene las siguientes obligaciones:

- a) Comunicar al órgano competente la aceptación o renuncia del premio en el plazo de quince días desde la notificación de la resolución; la no comunicación expresa de la aceptación se entiende como renuncia.



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

- b) Elaborar un manual de identidad corporativa básico de su propuesta, recogiendo los principales elementos gráficos de la marca, y explicando cómo deben aplicarse visualmente, tanto *on line* como *off line*, con la información que se especifica en el Anexo II de estas Bases, que deberá redactarse en el plazo máximo de 60 días hábiles, a contar desde la fecha de comunicación al interesado del fallo del Jurado.
- c) Carta de cesión de la Propiedad Intelectual e Industrial del identificador, el lema, (frase, concepto), y el manual de identidad gráfica básica o manual de estilo, que constituye su propuesta, a favor de la Asociación para el Desarrollo Zamora10, en los términos previstos en el Apartado 18 de las Bases.
- d) Presentar toda la documentación requerida en estas bases.
- e) Colaborar y participar activamente en las acciones de promoción y difusión de la "Marca Zamora", con la realización de entrevistas, actos promocionales, etc.
- f) El ganador deberá acudir personalmente a Zamora a recoger el premio, y participar en la promoción que se organice, salvo en caso de ausencia debidamente justificada, en el que podrá nombrar un representante.
- g) Disponibilidad para asesorar, de forma desinteresada, en la aplicación de la marca a otros soportes no definidos inicialmente.

15. OBLIGACIONES Y DERECHOS DE ZAMORA10.

Los derechos y obligaciones originalmente contraídas por la Asociación para el Desarrollo Zamora10 en relación al desarrollo y ejecución de este Concurso, así como los derechos derivados del mismo, seguirán vigentes ante el posible cambio de forma jurídica que pueda sufrir la Asociación para el Desarrollo Zamora10 en el futuro, o la sustitución de éste por una nueva entidad.



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

16. PAGO DEL PREMIO.

El pago del premio se hará efectivo una vez concluidas todas las tramitaciones necesarias al efecto, estando sujeto a las retenciones fiscales que procedan según la legislación española vigente.

17. INCUMPLIMIENTOS.

Se considerarán como incumplimientos:

- a) Plagio total o parcial de la marca y/o del lema o eslogan presentado.
- b) La falsedad de los datos aportados.
- c) La obtención del premio falseando las condiciones establecidas en estas bases.
- d) No llevar a cabo, total o parcialmente, las obligaciones contenidas en el apartado 14 del presente documento.

Cualquiera de estas causas de incumplimiento supone el reintegro de la cantidad percibida.

Cualquier posible conflicto con terceras partes debido a la propiedad intelectual del mismo será responsabilidad exclusiva del concursante que presenta la propuesta.

18. DERECHOS DE PROPIEDAD Y DEVOLUCIÓN DE LAS OBRAS.

- a) Los participantes garantizan que individualmente son los creadores originales de las propuestas o ideas presentadas, y que ninguna infringe ningún derecho de propiedad industrial o intelectual de terceros, o susceptible de serlo, ni tiene gravamen o carga de ninguna clase, responsabilizándose expresamente de cualquier reclamación que pudiera efectuarse a tal efecto contra la Asociación para el Desarrollo Zamora10.



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

- b) La titularidad de cualquier derecho de Propiedad Industrial e Intelectual asociado a la propuesta ganadora corresponderá, por tiempo ilimitado, en todos los países y lenguas del mundo, a la Asociación para el Desarrollo Zamora10.

En consecuencia ésta podrá libremente explotar y usar total o parcialmente la propuesta o idea conforme a lo expuesto en el párrafo anterior y, además, podrá reproducirla, transformarla o comunicarla, total o parcialmente de cualquier forma existente o futura bien por la Asociación para el Desarrollo Zamora10 o por cualquier tercero que se designe por la misma.

- c) El ganador se obliga, en su caso, a realizar las cesiones que en derecho procedan para que la Asociación para el Desarrollo Zamora10 ostente la referida titularidad en los términos y condiciones anteriormente citados.

La cesión anterior se entiende realizada en todo caso con carácter gratuito. En ningún caso, la Asociación para el Desarrollo Zamora10 asume compromiso alguno, ni tendrá la obligación de explotar o utilizar la propuesta o idea que haya sido declarada ganadora en el concurso.

- d) Sin perjuicio de lo anterior, el autor mantendrá el derecho moral sobre su propuesta y podrá hacer uso de ella en ámbitos docentes y curriculares. La Asociación para el Desarrollo Zamora10, en los soportes que considere conveniente, podrá difundir su nombre.

- e) Por la simple presentación de su solicitud de participación en el concurso, los participantes consienten y aceptan expresamente que la Asociación para el Desarrollo Zamora10 pueda utilizar y publicar su nombre y otros datos o fotografía que se le realice para cualquier actividad informativa o promocional relacionada directa o indirectamente con el concurso.



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

- f) Los datos personales serán incluidos en un fichero automatizado de la Asociación para el Desarrollo Zamora10 con fines meramente informativos o publicitarios, pudiéndose ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición previstos en la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal y en el Real Decreto 1720/2007 que la desarrolla, mediante comunicación escrita dirigida a la Asociación para el Desarrollo Zamora10.

Los miembros del Jurado y quien ejerza las funciones encomendadas a la Secretaría Técnica, podrán tener acceso a dicha información en la medida que sea necesario para el desempeño de sus funciones, en los términos recogidos en las presentes Bases)

- g) El autor del trabajo ganador no podrá utilizar, ya sea total o parcialmente, elementos, piezas, y/o el diseño seleccionado, en otros trabajos o proyectos futuros que pudiera realizar.
- h) Los concursantes que así lo deseen pueden solicitar el retorno de su trabajo o trabajos un mes después de la resolución del jurado. Si este material hubiera sido enviado por correo ordinario, o a través de una agencia de transportes, será devuelto de la misma manera a su autor, si así se solicita, a portes debidos.

19. ACEPTACIÓN DE LAS BASES.

La participación en este concurso implica el conocimiento y la aceptación íntegra de las presentes bases y del fallo del jurado por parte de los concursantes.

Zamora, 30 de noviembre del 2019



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

ANEXO I

DECLARACIÓN RESPONSABLE SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL.

D/D^a _____

con D.N.I./Pasaporte nº _____

DECLARA bajo su responsabilidad:

1. Que la propuesta presentada es original e inédita.
2. Que el logo propuesto es fruto de la creatividad personal del autor, que es un trabajo propio y que no se han infringido los derechos de autor de otras personas.
3. Que no se ha utilizado el trabajo de ningún autor, ni parcial ni totalmente, por ejemplo, fotos o elementos de diseño, que no hayan sido realizados por el diseñador.
4. Que asume que cualquier posible conflicto con terceras partes debido a la propiedad intelectual del mismo será responsabilidad exclusiva del concursante que presenta la propuesta.

En _____, a ____ de _____ del 20____

Firma del interesado/a y/ o representante legal y sello.



BASES DEL CONCURSO INTERNACIONAL DE IDEAS PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA ZAMORA

ANEXO II

PRINCIPALES ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA MARCA QUE DEBEN INCLUIRSE EN EL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVO BÁSICO.

1) La Marca y sus variantes.

Debe incluir la marca aplicada sobre fondo blanco, sobre fondo negro y fondos de color.

2) Los colores corporativos.

Debe incluir una muestra de los colores corporativos y sus referencias correspondientes para material impreso y pantalla: Pantone, CMYK, RGB, Hex.

3) Las tipografías.

La combinación de tipografías corporativas de la marca. Principales y complementarias si las hubiese.

4) Patrones, iconos y otros elementos gráficos.

- a) Patrón – Imagen que se utiliza como recurso visual para crear fondos.
- b) Set de iconos – Un conjunto de iconos para expresar diferentes ideas relacionadas con la marca, pensando en la adaptabilidad de la misma.
- c) Fotografías – Ejemplos de fotografías que encajan con el tono de la marca.

5) Extras opcionales.

Además de los elementos básicos, el manual de identidad corporativa debe incluir información extra:

Usos incorrectos – Indicar de cómo no deben aplicarse los elementos gráficos de la marca.

Aplicaciones – Cómo se aplicará el logotipo, la tipografía y los colores en diferentes situaciones. Como el diseño de aplicaciones más específicas, por ejemplo: camisetas, regalos promocionales, espacios físicos. E igualmente las reglas de uso más importantes en publicaciones y soportes publicitarios (vallas, prensa, etc.).

