



## **BASES REGULADORAS DEL CONCURSO DE IDEAS, MEDIANTE COMISION DE VALORACIÓN, PARA CREAR EL NUEVO LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDAD DE LEÓN**

### **1. Objeto del concurso**

El presente concurso tiene como objeto la selección de una idea para crear un nuevo logotipo de la Universidad de León y la concesión de un premio a esta idea.

El logotipo será el identificador de la Institución en todas las acciones que ésta considere oportunas, tales como publicidad, comunicación, publicaciones y ediciones, proyectos, rotulaciones y señalética etc., y servirá de base para la nueva imagen corporativa de la Universidad.

Las personas participantes en el concurso deberán tener en cuenta en el desarrollo de la idea los aspectos de la identidad de la Universidad de León que se especifican en el punto 11 de estas bases.

### **2. Procedimiento de concesión**

El procedimiento de concesión de este premio será concurrencia mediante convocatoria pública y abierta para la presentación de propuestas. Se procederá a seleccionar la propuesta ganadora mediante concurso, con intervención de Comisión de Valoración de acuerdo con los criterios de valoración fijados en estas bases reguladoras.

### **3. Participantes**

El concurso está abierto a todas aquellas personas, físicas o jurídicas que deseen participar. Cada concursante podrá presentar un máximo de tres diseños identificados con un lema y suficientemente diferenciados entre sí. Se pueden presentar tanto individualmente, como a través de participación en grupos, reflejando en cada caso, la composición de los mismos.

Las personas que participen no deberán incurrir en ninguna de las circunstancias siguientes que le impidan ser beneficiario de este premio de la Universidad de León:

- a) Ser condenadas mediante sentencia firme a la pena de pérdida de posibilidad de obtener subvenciones o ayudas públicas.
- b) Solicitar la declaración de concurso, ser declarados insolventes en cualquier procedimiento, hallarse declarados en concurso, estar sujetos a intervención judicial o ser inhabilitados conforme a la Ley Concursal sin que concluya el período de inhabilitación fijado en la sentencia de calificación del concurso.
- c) Dar lugar, por causa de la que fueran declarados culpables, a la resolución firme de cualquier contrato celebrado con la Administración.
- d) Estar incurso la persona física, los administradores de las sociedades mercantiles o aquéllos que ostenten la representación legal de otras personas



- e) jurídicas en alguno de los supuestos de incompatibilidades que establezca la normativa vigente.
- f) No hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias o frente a la Seguridad Social o tener pendiente de pago alguna otra deuda con la Administración pública de la Comunidad Autónoma.
- g) Tener la residencia fiscal en un país o territorio calificado reglamentariamente como paraíso fiscal.
- h) No hallarse al corriente de pago de obligaciones por reintegro de otras subvenciones.
- i) Haber sido sancionado mediante resolución firme como la pérdida de la posibilidad de obtener subvenciones según la Ley General Tributaria.

No podrán acceder a la condición de beneficiarios las agrupaciones según párrafo del apartado 3 de estas bases cuando concurra alguna de las prohibiciones anteriores en cualquiera de sus miembros.

En ningún caso podrán obtener la condición de beneficiario de la presente subvención las asociaciones incurso de prohibición previstas en los apartados 5 y 6 del artículo 4 de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del derecho de asociación.

Tampoco podrán obtener la condición de beneficiario las asociaciones respecto de las que se suspendió el procedimiento administrativo de inscripción por encontrarse indicios racionales de ilicitud penal, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 30.4 de la Ley Orgánica 1/2002, en tanto no recaiga resolución judicial firme en cuya virtud pueda practicarse la inscripción en el correspondiente registro.

#### 4. Premio

Se establece un premio único de 5.000 euros para el/la concursante que presente el diseño del logotipo seleccionado por Comisión de Valoración. El importe estará sujeto a las retenciones fiscales según la legislación tributaria española.

#### 5. Forma de presentación de propuestas

Cada propuesta, que deberá incluir un único diseño, deberá presentarse en dos sobres, A y B, del modo que a continuación se determina:

**A) El sobre A** deberá contener los datos identificativos del/la autor/a: nombre o razón social, NIF/CIF, dirección, teléfono, dirección de correo electrónico, fax y cualquier otro dato que lo/la identifique. Adicionalmente entregarán:

- Las personas físicas: fotocopia del DNI o documento oficial identificativo en el caso de extranjeros y declaración responsable según anexo para las personas físicas.
- Las personas jurídicas: fotocopia del DNI de la(s) persona(s) apoderada(s), copia de escritura de constitución y de toma de posesión debidamente registrada, si fuese



necesario y declaración responsable según anexo para las personas jurídicas. Las personas jurídicas extranjeras acreditarán su personalidad en la forma exigida por la legislación del Estado en la que estén establecidas. Este sobre se identificará en su exterior con los siguientes datos:

- Sobre A: Datos identificativos.
- Concurso de ideas para crear un nuevo logotipo de la Universidad de León.
- Lema de el/la concursante.

**B) El sobre B** contendrá:

- 1- CD con la propuesta: Cada logotipo deberá entregarse en soporte digital, aislado versión color y logotipo aislado monocromático, ambas versiones deberán estar trazados en formato vectorial eps. No se admitirán en formatos de imagen como .jpg, .tiff, .bmp, etc.
- 2- En papel: logotipo aislado versión color presentado en color CMYK (Se puede utilizar Pantón o tinta plana siempre que lleven sus correspondencias en CMYK) y logotipo aislado versión en blanco y negro. En el ángulo superior derecho se inscribirá el lema bajo el cual se concursa.

Las propuestas deberán ir acompañadas de una breve explicación en que se fundamente el diseño realizado y sus claves conceptuales. Además, se valorará la versatilidad del logotipo para una posterior aplicación en papelería, cartelería, señalética.

Este sobre se identificará en el exterior con los siguientes datos:

- Sobre B: Propuesta de logotipo.
- Concurso de ideas para crear un nuevo logotipo de la Universidad de León.
- Lema de el/la concursante.

La identificación de los sobres y la documentación del sobre B con cualquier otra denominación que no sea el lema y que permita la identificación del participante supondrá su exclusión.

## **6. Lugar y plazo de presentación**

Las propuestas deberán entregarse en el Registro de la Universidad León o por cualquiera de las formas previstas en el artículo 38.4º de la Ley 30/1992, del 26 de noviembre, de régimen jurídico de la administración pública y del procedimiento administrativo común. En el caso de presentar la solicitud en algún registro distinto del Registro General de la Universidad de León, o por correo, el concurrente deberá justificar la fecha de imposición del envío en la oficina de correos y anunciar en el mismo día al Servicio de Gestión Económica y Patrimonio de la ULE la remisión de la proposición mediante fax (987.29.10.58 y 987.29.14.13), telegrama, correo electrónico



([gervfa@unileon.es](mailto:gervfa@unileon.es) o [juan.campal@unileon.es](mailto:juan.campal@unileon.es)) o cualquier otro medio informático o telemático admitido en derecho y del que quede constancia de su recepción en la Universidad de León.

El plazo de presentación de propuestas finalizará a los 20 días naturales desde la fecha de publicación en los medios de comunicación escritos de León (Diario de León, El Mundo de León y la Crónica de León) de la resolución rectoral de la convocatoria. En el supuesto de que el día en que finalice el plazo de presentación sea inhábil (festivo, sábado o domingo), el plazo finalizará al siguiente día laborable.

## **7. Comisión de Valoración**

La selección del diseño ganador será realizada por una Comisión de Valoración. La composición de la Comisión de Valoración es la siguiente:

**Presidente:** Juan Carlos Redondo Castán. Vicerrector de Calidad y Acreditación de la Universidad de León

**Vocales:**

- Begoña Fernández Merino, diseñadora gráfico profesional.
- Santiago Sarmiento Alonso. Gerente del Diario de León
- Jose Luís Chamosa González. Vicerrector de Relaciones Internacionales e Institucionales de de la Universidad de León.

**Secretario:** Pablo Marcos Martínez. Director de Área de la Universidad de León .

La Comisión de Valoración se constituirá antes de finalizar el plazo de presentación de propuestas. Por resolución rectoral se podrá nombrar a otros miembros de la Comisión de Valoración que substituyan a los mencionados cuando por causas mayores excusasen su asistencia.

La Comisión de Valoración dispone de las siguientes competencias:

- La admisión, mediante acta, de las propuestas presentadas en el concurso.
- En la misma se deben de reflejar, de igual manera, los diseños no admitidos indicándose las razones de la exclusión.
- La valoración de los diseños presentados y el resto de documentación añadida por los concursantes.
- La facultad de declarar desierto el concurso, justificando los motivos de esta decisión.
- La identificación de el/la concursante del diseño seleccionado, mediante la apertura del sobre A, previo levantamiento del acta del diseño ganador.
- La remisión al Rector de la Universidad de León de la propuesta de resolución de adjudicación del concurso de ideas. El plazo máximo para que la Comisión de Valoración remita al Rector de la Universidad la propuesta de adjudicación del concurso de ideas será de 10 días naturales desde la fecha de finalización del plazo de presentación de propuestas.
- La interpretación de las presentes bases y la resolución de cuantas cuestiones se pudiesen suscitar con motivo del concurso. El funcionamiento del jurado se



ajustará a lo previsto en el título II, capítulo 2 de la Ley 30/1992, del 26 de noviembre, de régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común.

## **8. Criterios de valoración**

Los valores artísticos, simbólicos y la capacidad de representación y de comunicación del logotipo serán los aspectos determinantes para elegir la propuesta ganadora.

Se valorará, además, su potencial respecto a su versatilidad para aplicar en diversos soportes. La Comisión de Valoración actuará con total independencia y determinará la propuesta ganadora en función de los criterios de valoración y con la ponderación que a continuación se indica, pudiéndose otorgar a cada una de las propuestas un máximo de veinte (20) puntos:

- a) Capacidad de propuesta para representar los valores y personalidad de la Universidad de León (de 0 a 5 puntos).
- b) Adecuación de la solución gráfica a las necesidades de la institución (de 0 a 5 puntos).
- c) Aplicabilidad y declinación de la propuesta (de 0 a 5 puntos).
- d) Potencial de la propuesta (de 0 a 5 puntos).

## **9. Resolución del concurso, publicidad y recursos**

La resolución del concurso de ideas será adoptada por el rector de la Universidad de León.

En el plazo de los diez días siguientes se notificará la resolución rectoral al autor o autora de la propuesta seleccionada y a todos los concurrentes.

La resolución del concurso se hará pública en el tablón de anuncios del Registro General y en la web de la Universidad de León. Contra la resolución rectoral, que agota la vía administrativa, se podrá interponer recurso de reposición ante el rector en el plazo de un mes, o recurso ante la jurisdicción contencioso-administrativa en el plazo de dos meses, contados ambos plazos desde el día siguiente de su publicación. En el supuesto de presentación de recurso de reposición no podrá interponerse recurso contencioso-administrativo mientras no recaiga resolución expresa o presunta de aquel.

## **10. Pago del premio**

El pago del premio se realizará una vez que concluyan todos los trámites para su concesión.

## **11. Aspectos de identidad de la Universidad de León que se deberán tener en cuenta en el diseño**

El logotipo y demás elementos de identidad corporativa de la Universidad de León



constituyen el soporte visual de su personalidad. Para que exista la mayor coherencia entre el diseño y la identidad de la universidad, se detallan a continuación por una parte los objetivos estratégicos más relevantes por la influencia que tienen en la conceptualización y materialización de la imagen, y por otra, otros aspectos que deben tenerse

en cuenta en la confección de la propuesta:

- Expresar los valores renovados de la Universidad de León. La nueva imagen debe representar el nuevo proyecto de la institución.
- Aumentar el poder de atracción de la universidad respecto de su público objetivo, futuros estudiantes.
- Proyección exterior de la institución: situar a la Universidad de León en el ámbito de las enseñanzas superiores, en el conjunto de la comunidad científica y respecto de los agentes sociales y económicos.
- Constituirse en uno más de los elementos diferenciadores respecto a la competencia.
- Propiciar la cohesión interna de la comunidad universitaria dotándola de un nuevo símbolo identificativo que represente la diversidad de la institución.
- 

La Universidad de León es una institución dinámica, donde el I+D+i y las nuevas tecnologías son los ejes de su proyección hacia el futuro. Con sus dos campus es una institución plural y participativa; donde tienen cabida la mayoría de las áreas de conocimiento desde la Tecnología a las Humanidades pasando por las Ciencias Ambientales. La Universidad, está profundamente implicada en el tejido socio-económico y cultural de su área de influencia, lo que se traduce en un compromiso activo con el progreso científico, cultural y empresarial de la comunidad de Castilla y León. Por ello tiene como una de sus misiones principales generar la estructura de investigación necesaria para que la transferencia de conocimiento sea una realidad fructífera.

Aparte, es importante atender otras cuestiones formales que aseguran la operatividad de la nueva marca y facilitarán su implantación, a saber:

- -Diseños basados en la simplicidad de elementos, que facilitarán la gran difusión que tendrá la marca y la diversidad de aplicaciones que habrá que desarrollar.
- -Evaluar el potencial de los diseños, dando paso a propuestas
- abiertas, no localistas, que destilen versatilidad, que no limiten la arquitectura de su futura marca y que evoquen posibles puntos de contacto –escenarios con su público objetivo.

De igual modo es importante considerar la relación del diseño presentado con los subemisores y subsubemisores de la Universidad. La Universidad de León cuenta con



un número relevante de Vicerrectorados, Centros, Servicios, Áreas, Oficinas, Titulaciones, cada uno de ellos con su personalidad, denominación e imagen; la nueva marca sustituirá esta diversidad y el nuevo logo deberá prever cómo será el modo de vehiculizar estas distintas ofertas.

## **12. Derechos de propiedad intelectual e industrial**

La autora o autor del diseño seleccionado cede en exclusiva a la Universidad de León los derechos de explotación de la obra sin ningún tipo de limitación y abarca todas las modalidades de explotación. En el premio otorgado se incluye el precio de la cesión, previsto en el artículo 17 del texto reformado de la Ley de propiedad intelectual (TRLPI).

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 14 del TRPLI presta su autorización para que la universidad pueda modificar, desarrollar o adaptar dicho diseño utilizando cualquier medio que considere oportuno. La concesión del premio no concede al premiado ningún derecho para la realización de trabajos de adaptación y desarrollo de las aplicaciones del diseño e idea seleccionada en este concurso.

La Universidad de León será propietaria del diseño y podrá, si fuese el caso, y de acuerdo con la legislación vigente, registrarlo, con lo que adquirirá los derechos de propiedad industrial.

Los autores y autoras de las propuestas presentadas cederán de manera gratuita los derechos de distribución y comunicación pública a la Universidad de León para ser mostradas en exposición o formar parte de un catálogo o publicación.

## **13. Aceptación de las bases**

La participación en este concurso de ideas implica, por parte de los concursantes, el conocimiento y aceptación de las presentes bases.

León, 14 de enero de 2008

EL RECTOR  
DE LA UNIVERSIDAD DE LEÓN

José Ángel Hermida Alonso



## ANEXO: DECLARACIÓN RESPONSABLE

Para personas físicas: D/D.<sup>a</sup>           (nombre y apellidos)          , con NIF           (nº NIF)           ,

DECLARA

que participo en el concurso de ideas para crear el nuevo logotipo de la Universidad de León bajo el lema           (lema)           ,

que conozco y acepto las bases reguladoras y que no me encuentro incurso/a en ninguna de las circunstancias previstas en el apartado 3 de las presentes bases, que me impidan ser beneficiario de subvenciones y premios por la Universidad de León.

Lo que se declara en           (lugar)          ,           (fecha)          

Firmado



## ANEXO: DECLARACIÓN RESPONSABLE

Para personas jurídicas: D/D.<sup>a</sup>           (nombre y apellidos)           , con NIF           (nº NIF)           en representación de la entidad           (razón social completa con forma social)           con CIF           (nº CIF)          .

### DECLARA

que la entidad a la que represento participa en el concurso de ideas para crear el nuevo logotipo de la Universidad de León bajo el lema           (lema)           ,

que conoce y acepta las bases reguladoras y que la entidad a la que represento no se encuentra incurso en ninguna de las circunstancias previstas en el apartado 3 de las presentes bases que le impidan ser beneficiario de subvenciones y premios por la Universidad de León.

Lo que se declara en           (lugar)           ,           (fecha)          

Firmado