

BASES CONCURSO DE IDEAS PARA LA ACTUALIZACIÓN DEL LOGOTIPO IDENTIFICATIVO DE LA MARCA FAMSÍ, FONDO ANDALUZ DE MUNICIPIOS PARA LA SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

1. IDENTIFICACIÓN Y OBJETO DEL CONCURSO

El Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional, FAMSÍ, se constituyó en el año 2000 como red de municipios para la defensa y desarrollo de los valores relacionados con la alianza y la solidaridad en cooperación internacional con otros pueblos y comunidades, representando y actuando como vehículo de diálogo en este ámbito de los gobiernos locales y provinciales, entidades municipales, y en segundo término, de organizaciones representativas de la ciudadanía en distintos tipos de asociaciones, colectivos y entidades.

Los valores fundamentales de la organización se basan en la potenciación de las políticas públicas de proximidad que gestionan los gobiernos locales y provinciales en una estrecha colaboración con entidades que actúan en ámbitos de proximidad, y construyen un diálogo solidario global participando en redes y ámbitos internacionales, con otras organizaciones y agencias de Naciones Unidas; en la labor del FAMSÍ está contribuir con ellas, con un enfoque territorial y el conocimiento que aportan a ello entidades y centros de formación e investigación, a dar respuestas a los retos globales que se manifiestan también en los ámbitos locales, teniendo en cuenta las especificidades de cada uno de ellos.

En la actualidad, la Agenda 2030 representa un completo marco de referencia de las acciones en las que se concreta el trabajo de la entidad: fomento de políticas públicas de proximidad orientadas a lograr la sostenibilidad social, económica y ambiental local, entendiendo que en este objetivo se engloban grandes retos para todos y todas: la igualdad, el empleo digno, la protección de la educación y los recursos naturales, entre otros, sobre la base de los derechos humanos.

1.1 Descripción de la marca FAMSÍ

Desde sus inicios, el FAMSÍ ha incluido la formación, sensibilización, incidencia en políticas, creación de redes y comunicación, entre sus medios para trasladar estos valores. Gráficamente estos valores se han representado en un logotipo

compuesto por dos semicírculos estilizados simbolizando el encuentro entre los pueblos y las diferentes visiones que componen un mundo global, diverso pero único para todos y todas.

A lo largo del tiempo, esta imagen se ha consolidado como un símbolo de la entidad que ha experimentado distintas transformaciones y que ha cedido espacio, con el tiempo, al nombre de la entidad como marca principal. Dada la dificultad de utilizar el nombre completo, por su longitud, en textos y soportes, (*Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional*), se ha hecho mucho más reconocida y reconocible por los colores (gama verdes cobaltos), que en la actualidad predominan en todos los productos físicos y virtuales que en la actualidad tiene desarrollados la entidad, como por el nombre reducido en sus siglas – FAMSÍ -.

Además, la entidad tiene una marca institucional, muy conocida y reconocible, que son las siglas FAMSÍ y una marca secundaria utilizada en todos los productos de comunicación, así como campañas de visibilidad y herramientas temáticas y formativas desarrolladas a lo largo de 20 años. La marca – Andalucía Solidaria – está asociada a las siglas – FAMSÍ -, siendo este el nombre de la página web, las campañas solidarias, así como la base para otras herramientas como la plataforma de teleformación – Aula Solidaria –, o las redes sociales, que son identificadas como FAMSÍ o ANDALUCÍA SOLIDARIA.

1.2 Aspectos a valorar en el rediseño del logotipo FAMSÍ

El trabajo desarrollado en estas dos décadas, y las herramientas en las que se ha concretado deben ser tenidas en cuenta al presentar una propuesta actualizada de la marca, dado que un cambio radical de la misma supondría un distanciamiento de todos los productos ahora activos y desarrollados, la ruptura de la identificación ya lograda con las marcas – FAMSÍ – y – ANDALUCÍA SOLIDARIA -, y la falta de sintonía con los nombres e identidades de la institución en perfiles sociales y virtuales activos.

Las nuevas propuestas deberán primar, además, elementos de tamaño, claridad, traza y colores que permitan su clara lectura e identificación. De este modo se evitará dificultar la lectura en impresión con tamaños reducidos.

Junto al tamaño y la claridad del trazado, deberá tenerse en cuenta el uso de una gama de color que permita su fácil adaptación y recepción, evitando matices que puedan dar lugar a confusión o dificultad de uso sobre fondos de color.

Se valorará, por tanto, la renovación de la marca a un formato modernizado, más claro y fácilmente identificable, sin que esto suponga la ruptura traumática

de elementos de diseño, color o tamaño tan consolidados a lo largo de dos décadas de historia de la entidad.

2. SERVICIOS A REALIZAR TRAS LA ADJUDICACIÓN DEL CONCURSO DE IDEAS.

Este concurso se propone realizar la selección de la propuesta que posteriormente será acordada con la entidad para su desarrollo en un Manual corporativo.

La adjudicación de este concurso supondrá, por tanto, una vez realizada dicha adjudicación:

- 1. El diseño de la versión actualizada del logo del FAMSÍ.**
- 2. El desarrollo posterior del Manual de estilo** para su correcto uso, contemplando, entre otros aspectos, los relativos a su utilización en distintos usos y aplicaciones:
 - a. Características relativas al desarrollo tipográfico, color, tamaño, proporción.
 - b. Descripción de usos en solitario, en distintos soportes impresos y digitales, especificando para ello versiones en positivo y negativo, o diferencias de color de acuerdo a colores y proporciones de distintos soportes o finalidades (prensa, cartelería, folletos, publicitarios, enaras, redes sociales, banners, web, etc.).
 - c. Descripción del uso, ubicación, color, proporción y tamaño, en usos junto a otros logotipos o elementos de diseño.
 - d. Descripción de usos incorrectos claramente especificados, en relación al color, la proporción, el tamaño o la ubicación.
- 3. Aplicaciones ya diseñadas del nuevo logotipo a formato folio y tarjeta de visita** entregables para su adaptación a las distintas sedes de la entidad y personas que forman el equipo.

ELEMENTOS REQUERIDOS PARA PARTICIPAR EN EL CONCURSO DE IDEAS.

Para optar a ser la empresa adjudicataria para el desarrollo del nuevo logotipo y el Manual de uso completo, de acuerdo a lo descrito en el punto 2, deberá presentarse una propuesta de diseño para la actualización del logotipo representativo del Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional.

No se solicita aún el desarrollo completo de la marca ni el desarrollo del Manual completo, aplicaciones o productos, sino una propuesta razonada de los cambios realizados para la actualización del actual logotipo de la marca principal FAMSI, en los términos que se explican en el punto 1.2.

4. PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS.

4.1 ENVÍO DE PROPUESTAS: La presentación de propuestas se realizará en formato digital, enviadas al correo contrataciones@andaluciasolidaria.org

4.2 PLAZO MÁXIMO DE RECEPCIÓN DE PROPUESTAS: el plazo máximo para la recepción de propuestas en formato digital es el día 30 de octubre de 2020.

5. VALORACIÓN DE PROPUESTAS

Las propuestas recibidas serán valoradas en el seno de la Junta Directiva del FAMSI, procurando la selección de la propuesta que reciba más aceptación por parte de las entidades socias que la integran. Esta selección, por tanto, se llevará a cabo por consenso, y dará lugar a la formalización de un contrato para realizar los productos detallados en el punto 2 de este documento.

6. COSTE DEL CONTRATO

El presupuesto fijado para los servicios detallados en el punto 2 no podrá superar los 2.000 euros, todos los impuestos incluidos, no suponiendo la presentación de propuestas a este concurso contraprestación económica alguna.