



CONCURSO ESCAPARATISMO HALLOWEEN 2016

BASES DE PARTICIPACIÓN



DEL 25 AL 31 DE OCTUBRE

AYUNTAMIENTO DE BENIDORM – ASOCIACIÓN INDEPENDIENTE DE COMERCIANTES DE BENIDORM Y PROVINCIA (AICO)

BASES DEL CONCURSO “ESCAPARATES DE HALLOWEEN 2016”

La Concejalía de Comercio de Benidorm y la Asociación Independiente de Comerciantes de Benidorm y Provincia (AICO) organizan el **II concurso de escaparates de Halloween**, con el objetivo de animar las compras en los comercios invitando al ciudadano a acercarse y pasear las diferentes zonas comerciales de Benidorm.

I.PARTICIPANTES

Podrán participar en este concurso todos los establecimientos comerciales del municipio de Benidorm, cualquiera que sea la actividad que desarrollen y que tengan escaparate con vista al exterior desde la calle.

II.PARTICIPACIÓN

1. Plazo de inscripción, desde el 17 al 24 de octubre (ambos inclusive)
2. Inscripción: Los establecimientos interesados podrán participar haciendo llegar la correspondiente solicitud a través de los siguientes medios:
 - Correo electrónico: aico@aicobenidorm.es
 - Fax: 96 585 01 99
 - Directamente en la Concejalía de Comercio ubicada en el Ayuntamiento de Benidorm o en la sede de AICO sita en la Avda. Martínez Alejos, 4 5ª planta.
3. La solicitud de inscripción puede obtenerse acudiendo personalmente a la Concejalía de Comercio o por medio de la página web de la Asociación www.aicobenidorm.es
4. La inscripción en el concurso es gratuita.

III.NORMAS DE PARTICIPACIÓN

- Los escaparates deben estar finalizados el día 25 de octubre.
- El establecimiento que tenga más de un escaparate en su misma fachada, computará a nivel de concurso como uno solo.

IV. BENEFICIOS POR PARTICIPAR

Las empresas participantes contarán con promoción gratuita en los diferentes medios de comunicación utilizados para publicitar el concurso de escaparatismo, así como en las redes sociales.

V. VALORACIÓN DEL ESCAPARATE

- La puntuación máxima será de 20 puntos de acuerdo con los siguientes criterios de valoración:
- Composición, originalidad y colocación de elementos y/o artículos que se relacionen con halloween: máximo 6 puntos
 - Soportes de productos, fondos de escaparates y elementos decorativos: máximo 5 puntos.
 - Innovación en la manera de abordar el concepto de Halloween: máximo 4 puntos.
 - Claridad en la exposición: máximo 3 puntos.
 - Rotulación y cartelería: máximo 2 puntos.

VI.COMPOSICIÓN DEL JURADO

Presidenta:

Concejal de Comercio de Benidorm Dña. Ana Pellicer o persona que designe en representación del Ayuntamiento de Benidorm.

Vocales:

Concejal de Fiestas de Benidorm D. Jesús Carroble o persona que designe en representación de la Concejalía de Fiestas.

Presidente de AICO D. Raúl Parra o persona que designe en su representación.

Persona Invitada por la Organización.

Secretario de AICO (con voz pero sin voto) D. Juan José Camarasa

VII. VALORACIÓN DEL JURADO

- 1.-El jurado visitará a ver los escaparates inscritos en el concurso a partir del 27 al 28 de octubre en horario comercial. Durante estos días los escaparates deberán permanecer iluminados hasta la hora de su cierre.
- 2.-El fallo será inapelable.
- 3.-El jurado resolverá todo aquello no previsto en estas bases.

VIII. PREMIOS DEL CONCURSO

Primer Premio:

- Diploma de participación.
- 700 euros en metálico

Segundo Premio:

- Diploma de participación.
- 200 euros en metálico.

Tercer Premio:

- Diploma de participación.
- 100 euros en metálico.

Con independencia de los tres premios, a todos los participantes se les entregará un diploma de participación.

IX. FALLO DEL JURADO

El acto de entrega de premios tendrá lugar el día 31 de octubre. El horario y lugar está por determinar y que la organización comunicará a los participantes en el momento de la valoración de su escaparate.

X. OTRAS DISPOSICIONES

La participación en el Concurso lleva implícita la aceptación de estas bases.

Todos los aspectos no recogidos en estas bases serán resueltos por la Organización.

Para cualquier aclaración, contactar con el teléfono 96 586 57 35 o bien al 660 47 86 02 o directamente personándose en la Concejalía de Comercio de Benidorm, tercera planta del Ayuntamiento y también acudiendo a la oficina de Aico sita en la Avda. Martínez Alejos, 4 edificio Levante 5ª planta.

EL ESCAPARATE, nuestro vendedor más silencioso.

El escaparate son los ojos, la cara de tu establecimiento y el vendedor más económico, ya que trabaja las 24 horas del día. A través de él nos comunicamos con actuales así como potenciales clientes. Con él mostramos quiénes somos y qué productos vendemos. El escaparate es la imagen que da nuestro negocio al exterior y el principal responsable de estimular e incitar la entrada de posibles clientes al establecimiento. Por lo tanto, si nuestro escaparate no cambia nunca o está sucio, descuidado o sin novedades, será así como nos identifiquen.

Con frecuencia, al escaparate no se le presta la atención que se merece. Además, en muchos casos, no sabemos cómo sacarle el máximo provecho a fin de ayudarnos a que nuestros clientes potenciales nos conozcan, entren en nuestro establecimiento y requieran nuestros productos y servicios. **El escaparate juega un papel fundamental al crear el primer impulso de compra.**

EL RECORRIDO VISUAL



Recorrido visual que normalmente efectúa un transeúnte ante un escaparate que ha despertado su interés.

CONCEPTOS BÁSICOS.

Factores que afectan al escaparate.

Aunque hay muchos factores que influyen en el diseño de un escaparate, los más importantes a tener en cuenta son:

- **Nuestro público objetivo.** Es muy importante conocer a los clientes que queremos captar, ya que esta información es necesaria a la hora de pensar el diseño del escaparate y los tipos de productos a exponer.
- **Nuestro establecimiento.** La localización de nuestro establecimiento, la fachada y el tipo de arquitectura, entre otros, son otros puntos a tener en cuenta.
- **Nuestro escaparate.** El tipo de escaparate, mobiliario y elementos de soporte también influirán, y mucho.

Teniendo en cuenta estos factores, ahora lo importante es conocer a nuestro posible cliente o transeúnte, y saber cómo se comporta normalmente ante un escaparate.

Las personas, por norma general, estamos continuamente percibiendo todo lo que está a nuestro alrededor y sólo atendemos a aquello que nos interesa. En realidad, **sólo son necesarios tres segundos para que prestemos atención a algo que despierta nuestro interés.** Teniendo en cuenta que un transeúnte a paso normal tarda unos siete segundos en recorrer un escaparate, si este es impactante o atractivo podemos conseguir que se pare a observar que hay en él. Este debe ser el principal objetivo de cualquier escaparate.

Partiendo de esto último, se debe tener en cuenta una serie de factores externos que pueden aumentar las posibilidades de que un escaparate llame la atención, entre los que cabe destacar:

- la intensidad (luz y color).
- el tamaño (de los elementos y decoración)
- el contraste (de colores y productos)
- la repetición (de elementos) y el movimiento (por ejemplo una pantalla reproduciendo un vídeo)

Escaparates según su función.

Los escaparates también se pueden clasificar en relación a la función que desempeñan:

- **Iniciales o de temporada.**
Su misión es la de informar sobre las nuevas modas o tendencias. Suelen anticiparse a los cambios de estación como ocurre, por ejemplo, en el sector de la moda.
En ellos, se aconseja:
 - Nunca mezclar tendencias.
 - Nunca masificar el escaparate.
 - Renovarlos con más frecuencia de lo habitual.
- **Comerciales.**
Son aquellos que presentan los productos con un claro mensaje de venta como, por ejemplo, campañas 2 x 1, regalos por domiciliar nóminas en los bancos, etc.
- **Promocionales.**
Se realizan en temporadas donde hay una disminución de las ventas. Son parecidos a los anteriores pero con un origen más claro.
- **Prestigiosos.**
No se exponen artículos y normalmente tienden a publicitar y dar prestigio a la marca.
- **Ocasionales.**
Se diseñan en acontecimientos o fechas determinadas como, por ejemplo, por San Valentín o por el Día de la Madre o del Padre, entre otros. Estos no deben durar mucho y se deben realizar entre una semana y diez días antes de la fecha clave, a fin de provocar un impulso de compra al recordar la fecha anticipadamente.
- **Informativos.**
Se utilizan para introducir artículos nuevos en el mercado, promocionar una determinada marca o transmitir un uso concreto o finalidad.
- **Publicitarios.**
Sirven de apertura o cierre de una campaña publicitaria concreta.
- **Escaparate de precio.**
Más que un tipo de escaparate, son una forma de composición. Su montaje consiste en realizar pequeños grupos de artículos separados a los que a cada uno le corresponde un precio concreto.

RECUERDA QUE: SOLO DISPONEMOS DE 3 SEGUNDOS PARA ATRAER LA ATENCIÓN DE UN FUTURO CLIENTE.