



BASES DE LA CONVOCATORIA DE PROYECTO PILOTO PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD EN LA CIUDAD DE LEÓN UTILIZANDO TÉCNICAS DE NEUROMARKETING

El Ayuntamiento de León va a realizar este PROYECTO PILOTO PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD EN LA CIUDAD DE LEÓN UTILIZANDO TÉCNICAS DE NEUROMARKETING dentro del proyecto “LEÓN NORTE”, de la Estrategia DUSI, Programa Operativo de Crecimiento Sostenible, financiado con recursos del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

La situación económica, social y las incertidumbres existentes obligan al sector de comercio minorista a diseñar cambios en sus servicios que les puedan ayudar a afrontar los retos a los que se enfrenta. Una de las vías que van a ayudar a tomar las medidas de mejora del servicio puede venir de mejorar la percepción que el cliente físico tiene de cada negocio, y, en consecuencia, mejorar su experiencia de compra. Y para poder mejorar esta experiencia de compra es necesario **comprender cuál es el proceso de toma de decisiones por parte de los consumidores** cuando realizan una compra (o cuándo deciden no realizarla).

Por ello se plantea este proyecto piloto basado en el neuromarketing como una herramienta novedosa en nuestro entorno que nos va a ayudar a entender este proceso de toma de decisiones y el funcionamiento de la mente del consumidor por parte del cliente local y a partir de ahí, definir un plan de medidas que el sector puede tomar para mejorar sus niveles de servicio y, en definitiva, facilitar un incremento de las ventas.

1. Objeto de esta convocatoria

Objetivo general del proyecto: mejorar la competitividad de los comercios de proximidad de León a través del neuromarketing, analizando el proceso de toma de decisiones de sus clientes para así poder mejorar su experiencia de compra.

Objetivos específicos: medir los niveles de atención y niveles de activación emocional en los consumidores de los pequeños comercios de León, así como las zonas de interés y zonas que pasan desapercibidas durante la visita. A partir del análisis, encontrar áreas de mejora para los comercios.

Informar y formar al sector comercial sobre diferentes aspectos del neuromarketing que son relevantes en su actividad diaria y que les van a ayudar a mejorar su propuesta de valor.

Participar en este proyecto permitirá al grupo piloto de comercios ser parte de un estudio pionero y descubrir los elementos que más emocionan de su establecimiento, los mensajes que mejor llegan al público y cómo aumentar sus ventas, en base a los datos obtenidos. Todo ello con tecnología neurocientífica para descubrir las zonas más impactantes, los reclamos que mejor funcionan para atraer más clientes y optimizar la experiencia de compra. ¿Qué mensajes con los que más convienen? ¿Destaca mi escaparate? ¿Mis productos atrapan la atención de los consumidores? ¿Propongo una experiencia satisfactoria y que consigue despertar las emociones de mis clientes?

El trabajo tratará de dar respuesta a este tipo de cuestiones, entre otras. Todo ello, para que los consumidores salgan satisfechos, repitan visita y sean sus principales embajadores.

Una vez procesados los resultados de los 12 comercios participantes se emitirá un informe sectorial que pueda ser aplicable a toda la ciudad de León.

2. Número de plazas

El número de comercios minoristas participantes en esta convocatoria del programa es para **doce empresas**, motivo por el cual, entre las solicitudes presentadas si fuera necesario se realizará una selección. A aquellos proyectos que no resulten seleccionados, se les ofertarán los servicios de asesoramiento complementarios del proyecto EDUSI León Norte, así como una invitación para recibir de primera mano los resultados sectoriales obtenidos en la sesión final de presentación de resultados.

3. Perfil requerido

Empresas de comercio minorista, cuya actividad esté preferentemente relacionada con **moda y complementos**, que disponga de escaparate y tienda física, ubicada en una zona comercial (además de la visita al establecimiento se realizará un análisis de la zona comercial circundante).

4. Requisitos para la selección

La selección de proyectos se efectuará en función de las solicitudes recibidas, dando prioridad a los establecimientos del sector moda y/o complementos, que estén ubicadas en una zona comercial, y que dispongan de escaparate. Adicionalmente se valorará que las técnicas de neuromarketing empleadas puedan adaptarse al recorrido que los clientes habituales tienen que realizar. Por último, se tendrá en cuenta la motivación y los argumentos que muestre cada establecimiento para participar.

En caso de empates en la valoración tendrá prioridad el orden de inscripción. Se podrán solicitar entrevistas personales con los promotores, si se considera necesario.

5. Comité de selección

Se crea un Comité de Selección formado por técnicos de Ildefe y el responsable técnico de SOCIOGRAPH, empresa especializada en neuromarketing responsable de la parte técnica del proyecto.

6. Formalización y plazo de presentación de solicitudes

Las solicitudes de participación se realizarán mediante la cumplimentación del modelo de formulario siguiente:

[solicitud participación programa piloto neuromarketing](#)

O bien mandado un email a promocioneconomica@ildefe.es, desde donde se facilitará el acceso al formulario de inscripción.

Dicho formulario estará activo entre los días **2 de septiembre y 16 de septiembre de 2022 a las 14:00h.**

7. Plazos y procedimiento de desarrollo del proyecto

Una vez cerrado el plazo de solicitudes de interés en participar se analizarán las mismas y el 22 de septiembre, como muy tarde, se comunicará a los solicitantes la resolución del comité de selección.

La semana del 26 de septiembre se realizará una sesión de presentación del proyecto a los 12 los establecimientos seleccionados, en los que se dará a conocer la dinámica del proyecto, y podrán plantear todas las cuestiones de su interés que puedan afectar a la marcha del mismo.

La semana del 17 de octubre se realizará el trabajo de campo en los escaparates, interiores de los establecimientos, zonas circundantes y página web, o red social en su caso, de cada establecimiento, en horario y fecha acordada entre el equipo técnico y el responsable de cada comercio.

El programa concluirá con una reunión final con las empresas participantes y aquellos interesados, para presentar los resultados sectoriales obtenidos. Asimismo, habrá una reunión individual con cada comercio en los que se realizará la entrega de un informe final individualizado con los resultados obtenidos.

La presentación de la solicitud implica el conocimiento y aceptación de las bases de la presente convocatoria.

8. Obligaciones de las empresas participantes

- Aceptación de su participación en el programa mediante la firma de un documento de adhesión, comprometiéndose a cumplir las condiciones de la presente convocatoria.
- Asistencia a las dos sesiones grupales (reunión inicial y reunión final)
- Permitir a la muestra de clientes con dispositivos de neuromarketing visitar sus instalaciones en las fechas y horarios acordados

León, a 1 de septiembre de 2022