

# La solución de climatización interior del mañana para el sector minorista

## El comercio está inmerso en una situación de perturbación

En la era de las transacciones digitales y online, el comercio minorista parece acabado.

Sin embargo, las estadísticas indican que el comercio tradicional generó el

90%

de las ventas totales del tercer trimestre de 2019<sup>1</sup>

La tienda física seguirá siendo importante para las ventas en el futuro.

42% en tiendas

Ventas totales estimadas para 2022<sup>2</sup>

41% de ventas en tiendas físicas con influencia de internet

75%

Ventas totales en tiendas físicas estimadas para 2025<sup>3</sup>

## Los clientes quieren lo mejor de ambos mundos<sup>4</sup>

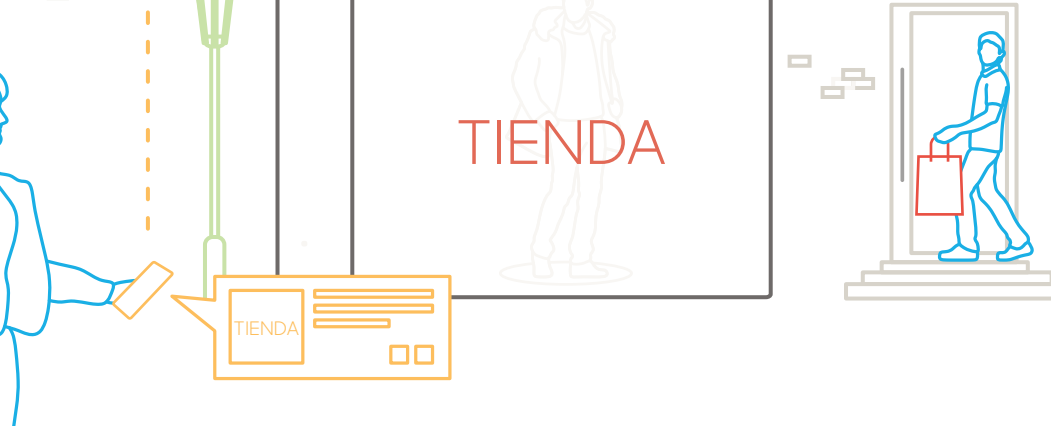
**Ventajas de la compra por internet:**

- Amplia variedad
- Abundante información de los productos
- Reseñas/consejos de clientes

**Ventajas de la compra en tienda física:**

- Trato personalizado
- Se pueden tocar/ver los productos
- Adquisición inmediata de los artículos

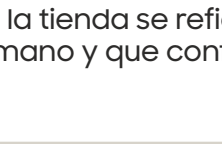
Ofrecer una experiencia de compra integrada en los canales de venta físicos y por internet es clave, porque un comprador conectado gasta un 30% más que un comprador no conectado<sup>5</sup>.



## El comercio minorista tradicional se centrará en crear la atmósfera ideal

El ambiente de la tienda influye directamente en el tiempo que los clientes pasan en la tienda, lo que afecta a sus decisiones de compra<sup>6</sup>.

Gasto



Cada aumento del 1% del tiempo que se pasa en una tienda supone un incremento del gasto del 1.3%<sup>7</sup>.

Tiempo pasado en tienda

El ambiente dentro de la tienda se refiere a los elementos que apelan a los cinco sentidos del ser humano y que conforman el entorno general de la tienda<sup>8</sup>.



## ¿Por qué las tiendas minoristas deberían utilizar diseños ambientales?<sup>9</sup>

Utilícelo como herramienta de marketing

Obtenga una ventaja competitiva en un mercado en el que los productos y los precios son parecidos

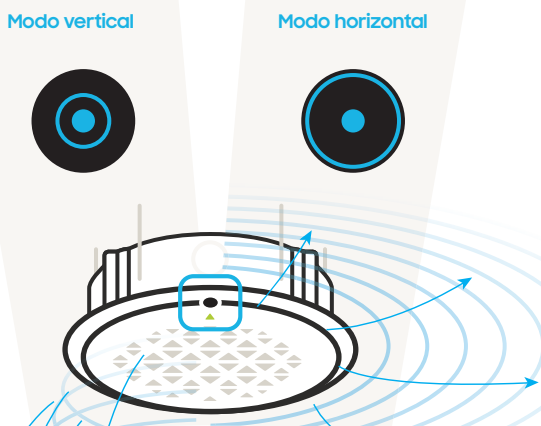
Distinga grupos de compradores por su estilo de vida

## El Cassette 360 de Samsung mejora el ambiente de la tienda

El Cassette 360 de Samsung cubre las necesidades actuales del comercio minorista, porque no solo refuerza la experiencia sensorial del cliente, sino que aporta la versatilidad que las tiendas necesitan.

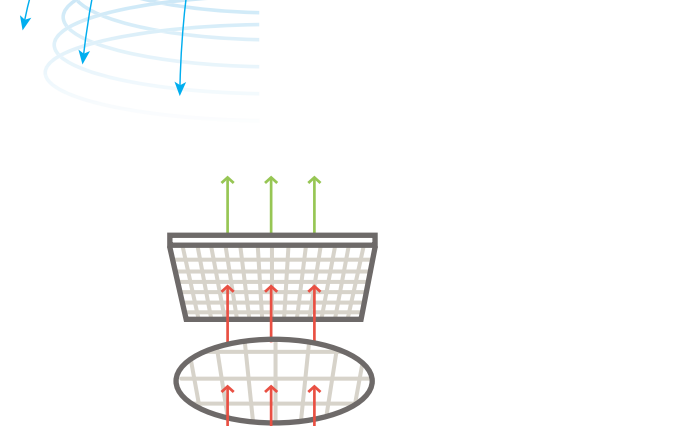
**Lo último en confort de climatización**

Con el caudal de aire circular, el aire se distribuye de manera uniforme por todos los rincones de la habitación, sin generar ráfagas de aire frío<sup>10</sup>. Gracias al control del caudal del aire, la distribución del aire de tipo lluvia mantiene el espacio climatizado y cómodo.



**Pantalla LED circular**

Permite a los usuarios elegir o ajustar la dirección del caudal de aire. Además, controla y ofrece información operativa imprescindible que se puede consultar de un vistazo.



**Panel de purificación de aire (opcional)**

Cuenta con una serie de filtros de aire plisados, incluido el filtro PM1.0 que filtran las partículas en suspensión del caudal de aire.



## El Cassette 360 aporta un atractivo visual y estético

En el techo

Lejos del techo

**Diseño elegante**

Aporta un toque de elegancia a cualquier sala. Está disponible en blanco o negro y en diseño cuadrado o circular. Se puede instalar en el techo o dejar a la vista sobre una superficie de cualquier material<sup>11</sup>.



**Panel de elevación automática (opcional)**

Permite acceder rápida y cómodamente a los filtros de polvo para su limpieza, con una ventaja de elevación de 4.5 metros con solo pulsar un botón del control remoto.

El Cassette 360 de Samsung ofrece una solución sofisticada y versátil para optimizar los elementos ambientales de una tienda con el fin de atraer clientes a las tiendas tradicionales de toda la vida.

## Certificación

El Cassette 360 de Samsung cuenta con la certificación de Intertek, proveedor líder de Total Quality Assurance para verificar la calidad del aire de industrias de todo el mundo. Además del Cassette 360 de Samsung, el filtro Tri-Care de Samsung, los paneles de purificación de aire de WindFree™ Pure i.O, el Cassette de 1 via WindFree™ y el Cassette de 4 vías WindFree™ han sido certificados por Intertek.

**intertek**

Total Quality. Assured.

**CENTRO COMERCIAL**



Más información acerca de Samsung Climate Solutions: [www.samsung.com/climate](http://www.samsung.com/climate)

<sup>1</sup> Fuente: Departamento de Comercio de EE.UU. 2020. Ventas trimestrales del comercio electrónico minorista, tercer trimestre de 2020. Washington: Departamento de Comercio de EE.UU.

<sup>2</sup> Fuente: Forrester, 2017. Forrester Data Digital influenced retail sales forecast. - (Datos de Forrester: previsión de ventas minoristas con influencia digital). Forrester Research, Forrester.

<sup>3</sup> Fuente: McKinsey & Company, 2018. -Who's shopping where? The power of geospatial analytics in omnichannel retail- (¿Quién compra dónde? El poder de los análisis geoespaciales en el comercio electrónico omnicanal). pág. 3.

<sup>4</sup> Fuente: Rigby, Daniel K., 2011. 'The Future of Shopping'. - (El futuro de la compra). - (El futuro de la compra). Disponible en: <https://hbr.org/2011/2/the-future-of-shopping> [Fecha de acceso: 3 de febrero de 2021].

<sup>5</sup> Fuente: PwC, 2015. 'The Future of Retail'. - (El futuro del comercio minorista). Nueva York.

<sup>6</sup> Fuente: Tunney, L. and Steiner, B., 2010. 'Atmospheric Effects on Shopping Behavior'. - (Efectos del ambiente sobre el comportamiento de compra). Journal of Business Research, 49(2), 193-201.

<sup>7</sup> Fuente: McAdams, D. (2008). 'Time Is Money: Shoppers buy more when they stay longer'. - (El tiempo es dinero: los compradores compran más cuanto más tiempo se quedan). Portsmouth: Path Intelligence.

<sup>8</sup> Fuente: Bell, J. A. & Iversen, K. (2005). 'Silent selling best practices and effective strategies in visual merchandising'. - (La venta silenciosa: buenas prácticas y estrategias efectivas de comercialización visual). 3ª edición. Nueva York: Londres: Farnhill.

<sup>9</sup> Fuente: Kotler, P. (1974). 'Atmospherics as a marketing tool'. - (El ambiente como herramienta de marketing). Journal of Retailing, 49(4), 48-64.

<sup>10</sup> Sin corrientes de aire tipo una altura de entre 0 y 1.5 m (con una unidad inferior de 140 kW) y a un radio de 5 m.

<sup>11</sup> El mínimo espacio en el techo que requiere la altura de instalación puede variar en función del diseño del panel: circular o cuadrado. Los paneles de tipo cuadrado requieren 30 mm más de altura en el techo que los de tipo circular.