CONOCE NUESTRO 2DO REPORTE TRIMESTRAL AQUÍ

SIGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES

EN 2022, EL CRECIMIENTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL SECTOR MINORISTA HA SEGUIDO AUMENTANDO. LOS NUEVOS DESARROLLOS AHORA INCLUYEN EL APRENDIZAJE AUTOMÁTICO Y LA REALIDAD VIRTUAL.

CONTENIDO

CÓMO LA TECNOLOGÍA HA CAMBIADO EL FUNCIONAMIENTO DE LOS CENTROS COMERCIALES 3-4

En 2022, el crecimiento de la tecnología en el sector minorista ha seguido aumentando. Los nuevos desarrollos ahora incluyen el aprendizaje automático y la realidad virtual.

EL LADO LEGAL DE LA GESTIÓN DE CENTROS COMERCIALES 5

Uno de los mayores problemas que enfrentan los encargados de los centros comerciales es si el propietario de todo el centro comercial es responsable de lo que hacen los clientes o si los inquilinos que alquilan las tiendas y los lugares de entretenimiento son responsables de las acciones de sus propios clientes y clientes.

¿QUIÉN DEBE PARTICIPAR EN LA ADQUISICIÓN DE UN CENTRO COMERCIAL? 6-7

existen fórmulas estándar que pueden facilitar tales decisiones. Tener a las personas adecuadas involucradas en la adquisición del centro comercial marca la diferencia en el resultado.

CÓMO LA TECNOLOGÍA HA CAMBIADO EL FUNCIONAMIENTO DE LOS **CENTROS COMERCIALES**

Los centros comerciales han cambiado considerablemente debido a las tendencias de la tecnología digital durante la última década. En 2022, el crecimiento de la tecnología en el sector minorista ha seguido aumentando. Los nuevos desarrollos ahora incluyen el aprendizaje automático y la realidad virtual.

Una forma más segura de comprar

Desde la pandemia, más consumidores compran en línea para evitar espacios pequeños con extraños. Debido a que comprar pantalones no es tan fácil como comprar toallas de papel, las tiendas físicas siguen siendo cruciales para ciertos artículos.

Los minoristas que brindan realidad virtual permiten a los consumidores "probarse" la ropa disponible antes de ir a la tienda. Esto reduce el tiempo que se pasa en probadores estrechos.

La realidad virtual también puede ayudar a los compradores a visualizar qué tipos de muebles combinarán con su decoración. Según el software, los compradores pueden subir fotos de ellos mismos o de su casa para una mejor representación.

Automatización de pedidos sin contacto
Los centros comerciales ofrecen una variedad de tiendas que a menudo usan el mismo método de pago. Para una forma de pago sin contacto con tarjeta de crédito o débito, se han diseñado nuevas aplicaciones para el cumplimiento de pedidos.
La automatización del cumplimiento aumenta la velocidad de una transacción al tiempo que ofrece a los clientes múltiples opciones de pago. Esto no solo ayuda a los clientes y trabajadores minoristas, sino que también beneficia al proceso de producción en general.

Robots de la vida real

Los robots virtuales como los chatbots son bien conocidos en el negocio minorista. Los chatbots se utilizan para ayudar a los clientes con preguntas y consejos de servicio. Los robots en la tienda son similares en su capacidad para ayudar a los clientes, pero se pueden usar en los centros comerciales.

Los asistentes de tienda robóticos pueden saludar a los clientes y responder preguntas. Dado que tienen la capacidad de hablar cualquier idioma, esta tecnología es particularmente útil para las tiendas que venden productos extranjeros.

Reduzca los hurtos en tiendas con el reconocimiento facial

La tecnología de reconocimiento facial puede ayudar a los minoristas a reducir el robo en las tiendas. Al identificar la cara, un minorista puede denunciar al comprador y potencialmente recuperar los artículos robados.

Las cámaras de seguridad no siempre producen una imagen precisa. Las cámaras pueden ensuciarse y la calidad de baja resolución puede dificultar la identificación del aspecto de un ladrón. El uso de software de reconocimiento facial puede reducir la probabilidad de un cargo falso.

El futuro de los centros comerciales

Los centros comerciales han evolucionado con cámaras digitales y procesamiento automático. Esta nueva tecnología beneficia al comprador, al propietario minorista y a los almacenes de producción. Mantenerse al día con los cambios vertiginosos en el mundo digital es una forma de garantizar prácticas comerciales modernas.

EL LADO **LEGAL** DE LA GESTIÓN DE **CENTROS COMERCIALES**

El propósito de las tiendas y centros comerciales no es el mismo que el que tenían años atrás. En el pasado, los centros comerciales y las tiendas eran los lugares donde la gente iba a vender o comprar cosas con poca o ninguna socialización. En estos días, las tiendas y los centros comerciales son lugares donde las personas hacen mucho más que comprar o vender cosas. La razón de este cambio tiene mucho que ver con el reciente crecimiento de mega centros comerciales y grandes centros comerciales que cuentan con interesantes amenidades como guarderías, enormes patios de comidas, áreas de juegos para niños y parques de diversiones. Eso significa que cada vez más personas acuden a los centros comerciales para socializar y entretenerse, ya sea que las tiendas estén abiertas o no.

Los nuevos cambios sociales en los centros comerciales son muy bienvenidos para muchas personas, pero también vienen con preguntas sobre la ley, la responsabilidad y la obligación. Uno de los mayores problemas que enfrentan los encargados de los centros comerciales es si el propietario de todo el centro comercial es responsable de lo que hacen los clientes o si los inquilinos que alquilan las tiendas y los lugares de entretenimiento son responsables de las acciones de sus propios clientes y clientes. En estos casos, también cabe la duda de si la seguridad que se contrata para vigilar todo el centro comercial tiene la culpa.

En casos recientes, algunas cortes han decidido que el inquilino de la tienda no tiene la culpa y un ejemplo de esto involucra una situación judicial en la que alguien fue atacado en el garaje de un centro comercial. Los tribunales ordenaron que, dado que ese garaje era responsabilidad del centro comercial, el centro comercial era responsable de la situación de agresión criminal. Por el contrario, también ha habido situaciones en los juzgados que han responsabilizado al propio delincuente por cualquier delito que cometieron y que fue hecho en el centro comercial. Hay un punto en la ley y la responsabilidad de los centros comerciales en el que todas las partes pueden estar de acuerdo, y es que siempre debe haber suficientes guardias de seguridad en el centro comercial en todo momento. Teniendo en cuenta que los centros comerciales tienden a atraer grandes multitudes, siempre existe la posibilidad de que los delincuentes crean que se trata de una oportunidad para obtener ganancias.

¿QUIÉN DEBE PARTICIPAR EN LA ADQUISICIÓN DE UN CENTRO COMERCIAL?

Adquirir un centro comercial es un tipo de transacción inmobiliaria diferente a lo que muchos dueños de negocios están acostumbrados. La combinación correcta de marcas y comerciantes marca la diferencia, particularmente en la forma en que los mercados han cambiado después de COVID-19.

Sin embargo, existen fórmulas estándar que pueden facilitar tales decisiones. Tener a las personas adecuadas involucradas en la adquisición del centro comercial marca la diferencia en el resultado.

¿Cómo importa la demografía en los centros comerciales?

Por muy tentador que sea atender a los compradores de lujo, muchos compradores más jóvenes valoran la inclusión y la diversidad de los comerciantes por encima de una experiencia de alto nivel. Un número creciente de compradores prefiere que los comerciantes representen todos los puntos de precio disponibles.

La investigación de mercado puede ayudar a proporcionar la claridad necesaria para los compradores. El profesional de investigación de mercado adecuado puede ayudar a evitar que los compradores tomen malas decisiones.

¿El tráfico peatonal marca la diferencia?

El tráfico peatonal y el acceso al transporte público marcan una diferencia sustancial. Los minoristas tradicionales de ladrillo y mortero todavía dependen en gran medida del tráfico peatonal.

La información de los comerciantes sobre qué vecindarios representan su base de clientes es muy útil. Saber en qué códigos postales vive la mayoría de los clientes puede proporcionar información útil sobre cuánto tráfico peatonal es probable que reciba el centro comercial.

Cómo la información sobre los inquilinos actuales marca la diferencia
Cuando los inquilinos actuales disfrutan de una buena reputación, existe una excelente posibilidad de que la combinación de inquilinos sea buena para la reputación del centro comercial. Si algunos de los comerciantes son nuevos, tener un tremendo potencial de crecimiento ayudará, en lugar de obstaculizar su reputación.

Encuestar a algunos de los clientes actuales que frecuentan negocios locales también puede marcar la diferencia. Los clientes que compran en los comerciantes y sus preferencias pueden facilitar la búsqueda de nuevos inquilinos potenciales para agregar a la mezcla.

El papel que juegan las renovaciones requeridas

Muchos centros comerciales requerirán renovaciones después del cierre. En la mayoría de los casos, las reparaciones están relacionadas con problemas de larga data, lo que hace que la fijación de precios sea aún más crítica.

Hablar con los contratistas y otros profesionales es una parte esencial del proceso general. Los compradores que tengan una idea de los gastos adicionales que están considerando podrán planificar de manera más efectiva y responsable.

PLANI GRUPO MR

Creando valor

ESTADO DE MÉXICO
AV. CONSCRIPTO 360
PASEO HIPÓDROMO, PB, LOCAL SA002,
COL. LOMAS HIPÓDROMO
NAUCALPAN DE JUÁREZ 53900
ESTADO DE MÉXICO.
+52 (55) 9177 0870 AL 89

MONTERREY
AV HUMBERTO JUNCO VOIGT #2307
TORRE MARTELL II, 1ER PISO
VALLE ORIENTE, 66269
SAN PEDRO GARZA GARCÍA , NL
+52 (81) 8335 1631 Y 41

LOCALES DISPONIBLES: 800 024 3244

CONTACTO: COMERCIAL@PLANIGRUPO.COM

CONTACTO: RELACIONINVERSIONISTAS@PLANIGRUPO.COM