

**BROCHURE  
MAPA DE LOS  
KIOSCO Y ZONAS  
COMUNES  
EN  
CENTROS  
COMERCIALES**

# ANTECEDENTES

- **La explotación de zona comunes como se le conoce al alquiler temporal de kioscos o Islas en corredores o pasillos de los centros comerciales, cumple con dos propósitos para los centros comerciales:**
  - **Es una de manera que tienen los malls para sufragar los gastos de las expensas comunes.**
  - **Es una alternativa para rentabilizar los activos de los centros comerciales en áreas comunes que tienen un alto potencial comercial.**
  - **Es una forma con que los centros comerciales pueden ajustar su mezcla comercial que fortalezca su potencial comercial.**

# ANTECEDENTES

- **Para muchas marcas digitales es la oportunidad de tener presencia en la tienda física y ajustar su modelo de negocio en condiciones de visibilidad y tráfico necesarios para un buen desempeño.**
- **Hay productos y servicios que se compran por impulso y requieren para su comercialización altos niveles de tráfico que generen altas conversiones de venta.**
- **En las tarifas de alquiler de zonas comunes no existe un criterio homogéneo objetivo que de acuerdo con variables como imagen del centro comercial, tráfico, ubicación, tipo de bien y servicio, duración de contrato etc.**

# ANTECEDENTES

- **Para muchas marcas digitales es la oportunidad de tener presencia en la tienda física y ajustar su modelo de negocio en condiciones de visibilidad y tráfico necesarios para un buen desempeño.**
- **Hay productos y servicios que se compran por impulso y requieren para su comercialización altos niveles de tráfico que generen altas conversiones de venta.**
- **En las tarifas de alquiler de zonas comunes no existe un criterio homogéneo objetivo que de acuerdo con variables como imagen del centro comercial, tráfico, ubicación, tipo de bien y servicio, duración de contrato etc.**

# OBJETIVO

- Conocer los principales indicadores de gestión de los kioscos y zonas comunes de los 41 principal centros comerciales de Bogotá y Medellín, que permitan su caracterización y facilite la toma de decisiones.

- Las variables analizadas para cada centro comercial son las siguientes:



TENANT MIX DE ZONAS  
COMUNES



VALOR ALQUILER M2



ÍNDICES DE RENTAS  
VS LOCAL COMERCIAL



NO. DE KISOCOS



TRAFICO



CONDICIONES DE  
NEGOCIACIÓN



ÁREAS COMERCIALES



TASAS DE ATRACCIÓN

# INFORMES

**Paola Ariza Rojas**

Gerente Comercial

310 2954699

[gerentecomercial@mallyretail.com](mailto:gerentecomercial@mallyretail.com)

[www.mallyretail.com](http://www.mallyretail.com)