

# ‘Dark stores’ en Colombia: ¿de qué tratan?

Por [Andrés Cardona](#) - 2024-03-16



*Mallplaza sigue ampliando su presencia en Colombia. Foto: Mallplaza Bogotá*

La operadora chilena de centros comerciales **Mallplaza**, en alianza con la startup Instance, **anunciaron la apertura de su primera ‘dark store’** o tienda oscura en Bogotá, con lo cual esperan acelerar el comercio electrónico.

Este desarrollo estará disponible en Mallplaza NQS, que sería considerada una prueba piloto para extender a otras operaciones en el país. El espacio destinado para este servicio es de 500 metros cuadrados.

De acuerdo con el medio local DF SUD, una vez constatado el éxito de la operación, **la iniciativa podría replicarse en otros centros comerciales**, en el país y en el resto de los mercados donde opera la firma ligada al holding Falabella; es decir, Chile y Perú.

*Woman shopping online on laptop and paying for purchased goods by credit card*

El gerente de Estrategia e Innovación de Mallplaza, Christopher Banfield, afirmó en un comunicado que se busca “aprovechar la tecnología ya implementada en nuestros espacios, así como nuestras ubicaciones estratégicas en la ciudad, lo que sumado a la tecnología, conocimiento y capacidades de Instance, nos permitirá brindar soluciones a la medida de las marcas”.

**Recomendado:** [Estas serán las grandes movidas empresariales del 2024 en Colombia](#)

## Así son las ‘dark stores’

Las ‘dark stores’ surgieron como una herramienta para acelerar la entrega de los pedidos en línea, reduciendo además los costos de distribución asociados a cada orden.

Así, tanto Mallplaza como Instance trabajarán de manera conjunta en el desarrollo de soluciones integrales que “proveerán la capacidad de operar con tecnología de punta y procesos eficientes de manera omnicanal, a socios comerciales y marcas que no tengan

presencia directa en el centro comercial, **así como a los e-commerce y marketplaces de Falabella y Mercado Libre**".

Para aquellas tiendas que ya operan en línea, la alianza "proporcionará una solución integral para que las marcas desarrollen su estrategia direct to consumer en e-commerce y marketplace".

En tanto, para las que aún no cuentan con presencia online, "**estas nuevas soluciones representan una gran oportunidad para iniciar un viaje digital**", bajo la premisa de que las empresas trabajarán en el desarrollo de nuevas capacidades tales como la creación, administración y performance de sus sitios, la operación centralizada eficiente, el fulfillment integrado, entre otros.

Hasta el momento, **la alianza está colaborando con marcas como L'Oréal, Hasbro, P&G y Mars**, en el centro comercial bogotano.

—

[f](#) [t](#) [@](#) [✉](#) [in](#)