

# Plataforma de integración comercial para plazas de mercado: Merkaplaza – Del Campo a Tu Mesa

---

*Juan David Ramírez Robledo*

*Carrera de Diseño Industrial*

*Facultad de Arquitectura y Diseño de la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia*

**Resumen:** Merkaplaza es una plataforma de compra y venta de productos de la Plaza de Paloquemao. Está centrada en ofrecer una experiencia de compra que le permita al consumidor, en tiempo real, seleccionar sus productos con la ayuda de asistentes de compra o Merkamigos ubicados en cada sección. Su propuesta de valor se compone de 4 aspectos: En primer lugar, la corporación. Se cuenta con el respaldo de Paloquemao, que con más de 50 años de experiencia y con cerca 900 establecimientos, es una de las centrales minoristas más importantes del país. En segundo lugar, los productos. La plataforma reúne 17 categorías de productos exclusivos de la plaza, reconocidos por su frescura, calidad y precio. En tercer lugar, la atención. Esta es personalizada e involucra a coteros y domiciliarios que actúan como mediadores o asistentes del proceso de compra. Y, en último lugar, la experiencia. Merkaplaza permite a sus consumidores seleccionar por sí mismos los artículos que necesitan, de acuerdo con condiciones de precio y calidad (maduración, color, tamaño, etc.), así como llevar a cabo procesos de negociación, regateo y discusión de precio y producto; situaciones propias de un espacio como la plaza.

En lo que refiere a la sustentabilidad del proyecto, se plantea, en un mediano plazo, replicar este mismo modelo de venta en otras plazas de mercado de la ciudad y del país, llevando una oportunidad inclusiva en la que más comerciantes puedan dar a conocer sus negocios, se generen puestos de trabajo para coteros y domiciliarios que ofrecen sus servicios en las plazas, y se lleve una experiencia diferente a más consumidores, contribuyendo así a la reactivación del comercio en estos mercados, los cuales son escenarios de enorme importancia económica, social y cultural para el país que vale la pena preservar y potenciar.

**Palabras clave:** Desarrollo sostenible, comercio, diseño de aplicaciones, sistemas de aplicaciones, design thinking.

Merkaplaza es una propuesta encaminada a acompañar y dinamizar los procesos de desarrollo integral y sostenible de la comunidad de la Plaza de Mercado de Paloquemao, mejorando las condiciones de vida de vendedores y personal de servicio como los coteros al interior de la plaza, visibilizando su cultura y generando oportunidades de crecimiento a través el aprovechamiento tecnológico y de recursos digitales que los conecten con nuevos consumidores. Esto se plantea como respuesta al impacto generado por la pandemia por COVID-19, la cual ha representado una disminución crítica en las ventas de los comerciantes de Paloquemao, quienes, en su mayoría, no cuentan con sistemas robustos de distribución, de publicidad y/o marketing que les permita llegar a más personas y ampliar el alcance de sus servicios.

A través del desarrollo de un sistema de aplicaciones, Merkaplaza apunta a integrar una plataforma de compra online con actores del comercio, como son los tenderos y usuarios de los locales en la Plaza de Mercado de Paloquemao, estableciendo condiciones favorables para los compradores en tanto que les permita acceder a la calidad, al ahorro y la experiencia que ofrece la plaza. Este modelo de servicio hace posible que el consumidor pueda seleccionar por sí mismo los locales y artículos de su preferencia, así como lograr un acercamiento en tiempo real al escenario de la plaza, gracias a la participación incluyente y formal de operarios como los coteros, quienes son mediadores del proceso de compra. Por otra parte, con la implementación de este proyecto, se plantea beneficiar a los cerca de 2000 comerciantes de Paloquemao, permitiéndoles dar a conocer sus negocios y tener un canal de venta digital en Merkaplaza, generar oportunidades laborales a 80 coteros y 50 domiciliarios que trabajan de manera informal en este lugar, y llegar a un segmento inicial de aproximadamente 600 000 consumidores ubicados en las localidades cercanas a la plaza (Mártires, Teusaquillo, Chapinero, Santa Fe, Candelaria, Puente Aranda, Barrios Unidos y Antonio Nariño).

Ahora bien, el proceso creativo que dio origen a la propuesta final de Merkaplaza se estructuró a través de la metodología del *Design Thinking*, la cual permite generar ideas innovadoras y centrar su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios, siguiendo 5 pasos fundamentales:

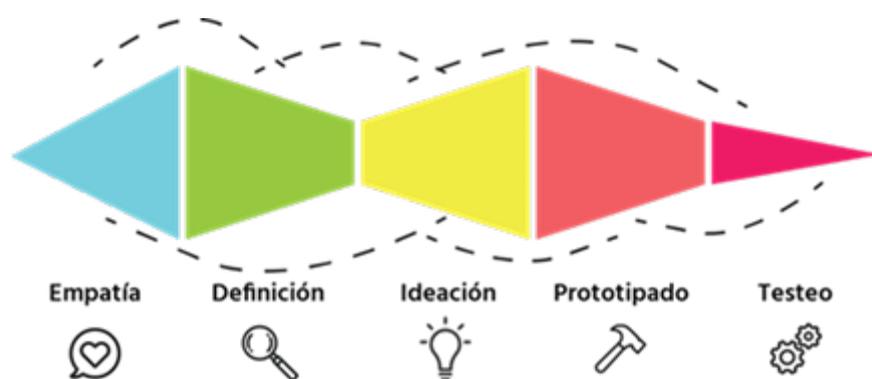


Figura 1. Pasos de la metodología de *Design Thinking*. Adaptado Design Thinking en Español, 2021. (<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>)

## 1. Empatía:

En esta fase se llevó a cabo un proceso de acercamiento a la comunidad de Plaza de Mercado de Paloquemao, observando las interacciones, identificando las características, comprendiendo el entorno y las necesidades de los compradores, comerciantes y demás usuarios que hacen parte de la plaza. El objetivo fue estudiar las problemáticas y oportunidades desde el contexto de la plaza, con el fin de generar soluciones consecuentes con sus realidades.



Figura 2

## 2. Definición:

Durante la etapa de Definición, se cribó la información recopilada durante la fase de Empatía, resaltando los aspectos más críticos y relevantes que, de ser solucionados, pueden realmente aportar valor a la comunidad de la plaza. Dicho de otra forma, se identificaron problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador del proyecto.

Finalmente, se evidenció que la Plaza de Paloquemao ha tenido una enorme afectación, entre otras cosas, porque muchos de sus compradores habituales, dadas las medidas de distanciamiento social, han optado por dejar de asistir a la plaza. Esto, en consecuencia, ha representado una disminución en las ventas de los casi 2000 comerciantes de Paloquemao, quienes, en su mayoría, no cuentan con sistemas robustos de distribución, de publicidad y/o *marketing* que les permita llegar a nuevos consumidores y ampliar el alcance de sus servicios.

### 3. Ideación:

En la etapa de Ideación se llevó a cabo un proceso de formulación de posibles soluciones a la problemática establecida en la etapa de Definición. Tras un proceso de selección y análisis de la viabilidad de cada propuesta, se definió el desarrollo de una plataforma digital de compra y venta de productos de la Plaza de Mercado de Paloquemao centrada en ofrecer una experiencia de usuario interactiva y favorecer la comunicación cara a cara entre consumidores y comerciantes en su entorno real de trabajo sin salir de casa.

Una vez definida la idea de proyecto a desarrollar, se realizó un Journey Map del proceso de compra a partir del servicio planteado.

| Phase of journey  | REGISTRO Y EXPLORACIÓN   | ATENCIÓN AL CONSUMIDOR   | ENTREGA DEL PEDIDO  |
|---|--|--|---|
| Actions<br>What does the customer do?                         | Descarga de la app, Ingreso y registro, Exploración de la interfaz y uso funcional   | Selección de punto de venta de servicio deseado, Ingreso a sala de espera virtual, Inicio de interacción e interacción con el vendedor, Interacción con vendedor (interacción por chat, interacción por voz, interacción por video)  | Proceso de pago del mercado, Tiempo de espera del domicilio, Realización de pago en línea en casa de cliente  |
| Touchpoint<br>What part of the service do they interact with? | Sistema de descarga, Compilación de cuenta, Interfaz de inicio y entrenamiento   | Sistema de navegación virtual de la plaza, Sistema logístico y de asignación, Sistema de compra remota asistida, Sistema de compra remota asistida, Sistema de compra remota asistida  | Sistema / Botones de pago, Sistema de envío del domicilio, Sistema de entrega y finalización del pedido   |
| Customer Thought<br>What is the customer thinking?            | ¿Puedo usarlo? ¿Pasa mucho?, ¿Qué datos ingreso?, ¿Será que es fácil de usar?  | ¿Puedo usarlo en la plaza?, ¿Qué no me demora así?, ¿Qué me va a quedar a mano?, ¿A dónde le digo que voy?, ¿Se me puede pagar en casa y no de foto?   | ¿Cómo pago?, ¿Será que demora el domicilio?, ¿Se puede pagar en casa?   |
| Customer Feeling<br>What is the customer feeling?             |   | Exploración sensorial<br>Diferentes sonidos y colores<br>   |   |
| Process ownership<br>Who is in the lead on this?              |   |   |    |
| Opportunities   | Desarrollar un servicio que no dependa tanto de la app, Opción de registro con datos de Google, Desarrollar un método rápido y sencillo de entrega | Desarrollar más de un punto de venta de servicio, Tiempo como de esperar, Realizar los envíos de la plaza, Desarrollar un sistema de compra remota y atención al consumidor, Facilitar el acceso a la información de la plaza, Buenos canales de comunicación y de entrega | Variedad en los sistemas de pago, Sistema de tracking, Atención y calidad en la entrega   |

Figura 3. Journey Map del servicio. Elaboración propia.

A partir de este Journey Map, en el cual se desglosa el modelo de servicio, y entendiendo el sistema desde el registro y la exploración, la atención al cliente y la entrega del pedido, se construyeron los mapas de navegación y los wireframes de navegación de la interfaz:



Figura 4. Mapa de Navegación del servicio. Elaboración propia.

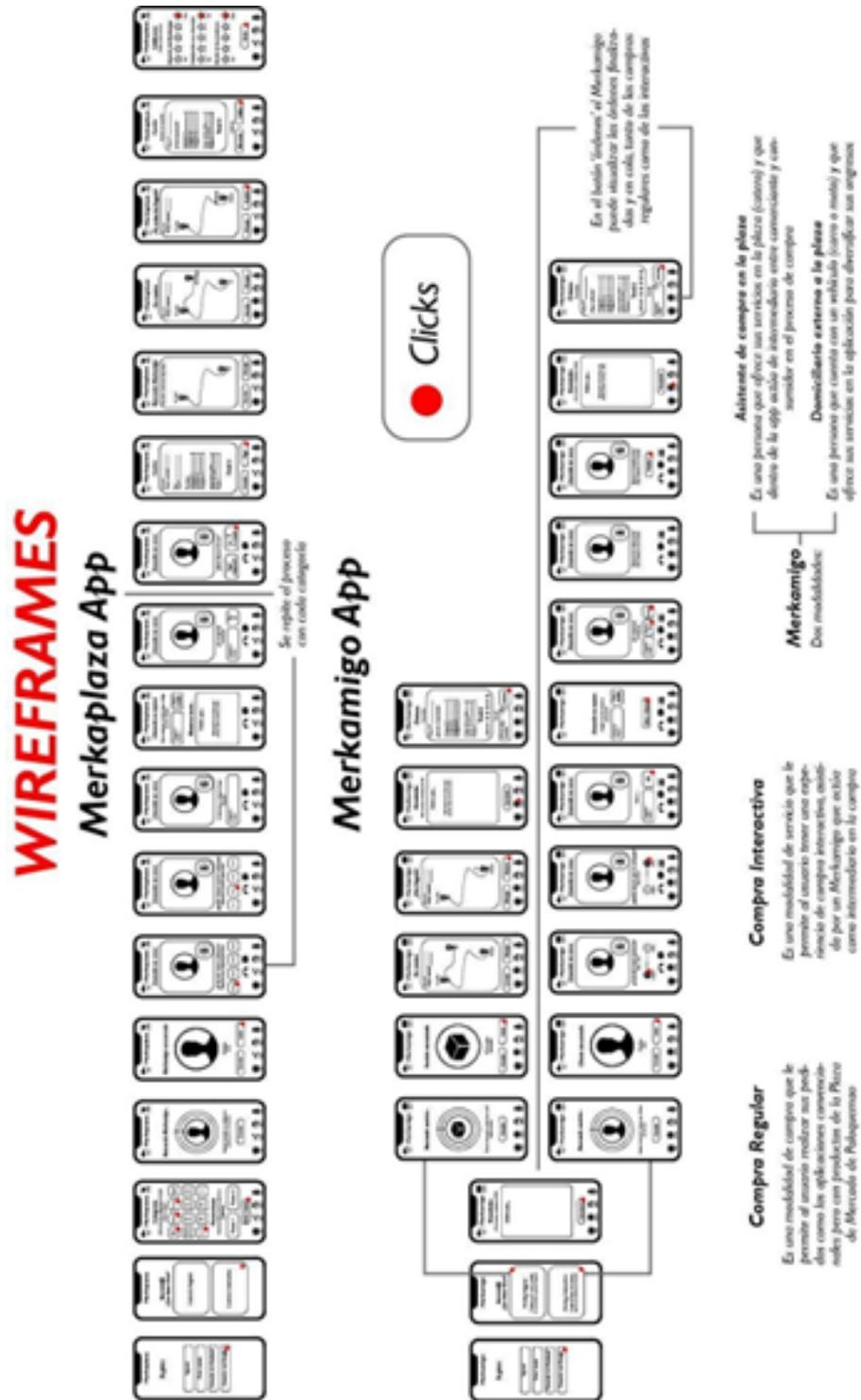


Figura 5. Wireframes del servicio. Elaboración propia.

#### 4. Prototipado:

En la etapa de Prototipado, y partiendo de la arquitectura de la información, los mapas de navegación y los *wireframes* de la interfaz, se llevaron a cabo las primeras propuestas de diseño de la plataforma a nivel formal y funcional, definiendo aspectos como las funciones que integran las aplicaciones y el lenguaje visual de las mismas.



Figura 6. Prototipo de fase temprana de la plataforma. Elaboración propia.

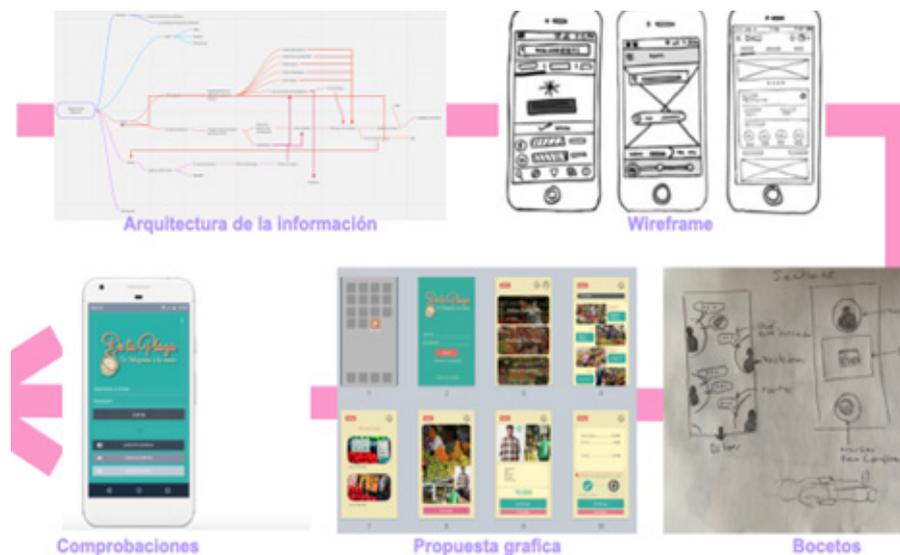


Figura 7. Proceso de diseño de la interfaz. Elaboración propia.

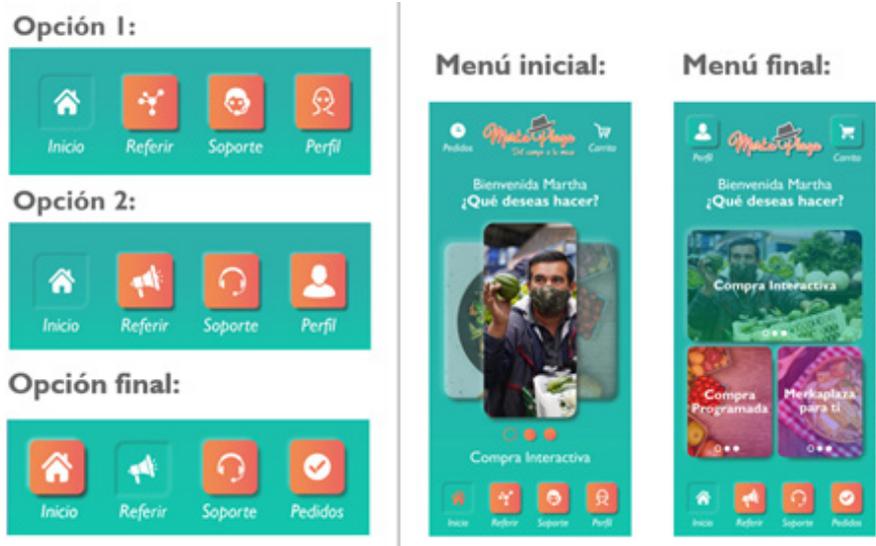


Figura 8. Opciones de diseño de la interfaz de Merkaplaza App. Elaboración propia.

## 5. Testeo:

Durante la fase de Testeo, se llevaron a cabo los procesos de comprobación de los modelos y prototipos de la interfaz con los usuarios implicados en la solución a desarrollar (consumidores, comerciantes, coteros). Esta fase fue crucial, ya que permitió identificar e incorporar mejoras significativas a lo largo del proceso de diseño, así como fallos a resolver y posibles carencias de la interfaz y la experiencia de compra. Durante esta fase se llevaron a cabo ajustes e iteraciones a la idea de proyecto hasta convertirla en la solución final esperada.

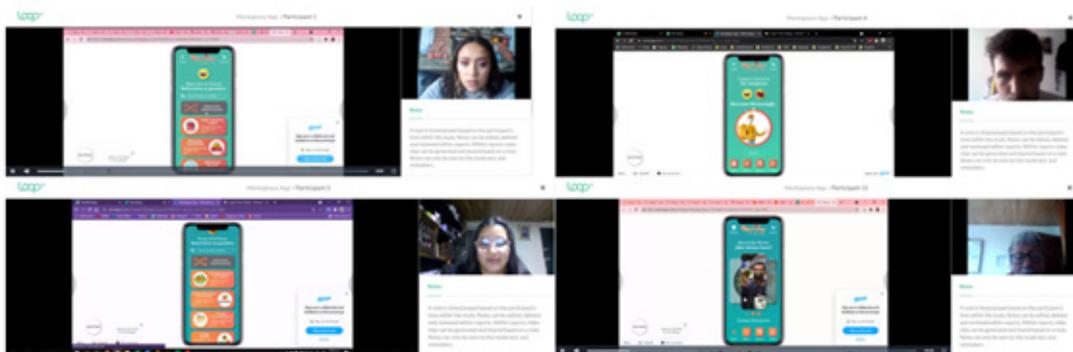


Figura 9. Test de usabilidad de la interfaz de Merkaplaza App. Elaboración propia.

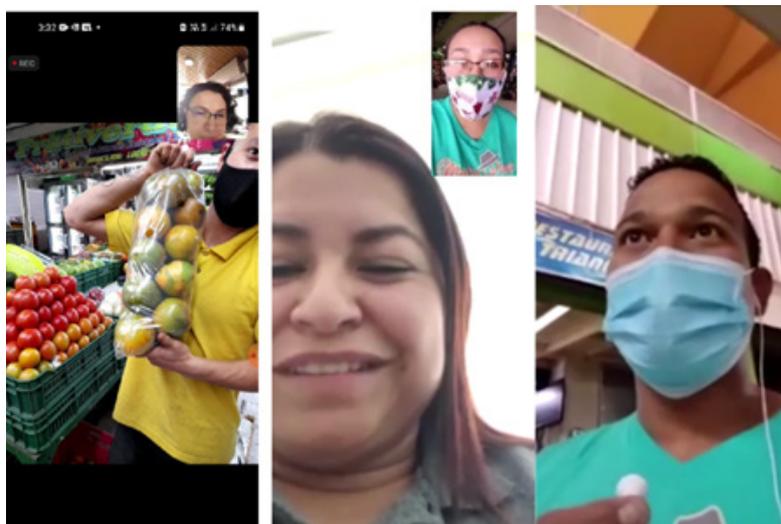


Figura 10. Comprobación del servicio de compra interactiva. Elaboración propia.

|   | Muy en desacuerdo | Algo en desacuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | Algo de acuerdo | Muy de acuerdo |
|---|-------------------|--------------------|--------------------------------|-----------------|----------------|
| Usaría esta app para mis compras en la plaza                                      | 0<br>0.0%         | 0<br>0.0%          | 0<br>0.0%                      | 3<br>30.0%      | 7<br>70.0%     |
| La interfaz es compleja y poco comprensible                                       | 4<br>40.0%        | 4<br>40.0%         | 1<br>10.0%                     | 0<br>0.0%       | 1<br>10.0%     |
| La aplicación es fácil de usar  | 0<br>0.0%         | 0<br>0.0%          | 1<br>10.0%                     | 3<br>30.0%      | 6<br>60.0%     |
| Necesitaría ayuda para poder utilizar esta aplicación                             | 4<br>40.0%        | 2<br>20.0%         | 0<br>0.0%                      | 3<br>30.0%      | 1<br>10.0%     |
| Las funciones están bien integradas   | 0<br>0.0%         | 0<br>0.0%          | 0<br>0.0%                      | 5<br>50.0%      | 5<br>50.0%     |
| El tamaño y el tipo de letra utilizados son cómodos y comprensibles               | 0<br>0.0%         | 2<br>20.0%         | 0<br>0.0%                      | 3<br>30.0%      | 5<br>50.0%     |
| Cualquier persona podría aprender a utilizar esta aplicación fácilmente           | 0<br>0.0%         | 1<br>10.0%         | 0<br>0.0%                      | 4<br>40.0%      | 5<br>50.0%     |
| La interfaz es confusa y no es claro el paso a paso a seguir                      | 5<br>50.0%        | 2<br>20.0%         | 1<br>10.0%                     | 2<br>20.0%      | 0<br>0.0%      |
| Sentí confianza a la hora de utilizar la aplicación                               | 0<br>0.0%         | 0<br>0.0%          | 1<br>10.0%                     | 1<br>10.0%      | 8<br>80.0%     |
| Necesitaría aprender muchas cosas para poder utilizar correctamente la aplicación | 6<br>60.0%        | 3<br>30.0%         | 1<br>10.0%                     | 0<br>0.0%       | 0<br>0.0%      |
| La iconografía utilizada es acertada  | 1<br>10.0%        | 0<br>0.0%          | 2<br>20.0%                     | 1<br>10.0%      | 6<br>60.0%     |
| Los colores de la interfaz son agradables   | 0<br>0.0%         | 0<br>0.0%          | 0<br>0.0%                      | 4<br>40.0%      | 6<br>60.0%     |

Tabla 1. Encuesta sobre el servicio y la interfaz de Merkaplaza App. Elaboración propia.

Finalmente, como resultado de un proceso de diseño, la aplicación de la metodología Design Thinking en sus diferentes fases, la realización de procesos de comprobación con usuarios reales en el contexto de la plaza y la corrección iterativa de la interfaz y el modelo de servicio se llega al diseño final de la plataforma de Merkaplaza. Este sistema agrupa tres aplicaciones: Merkaplaza App, Merkamigo App y Merkamóvil App.



Figura 11. Logo Merkaplaza. Elaboración propia



### ¿Qué es Merkaplaza?

Es una **plataforma digital** de compra y venta de productos 100% de la **Plaza de Mercado de Paloquemao**, centrada en ofrecer una **experiencia de usuario interactiva** que permita al consumidor, **en tiempo real**, seleccionar de forma remota sus productos con la ayuda de **asistentes de compra** ubicados en cada sección

Figura 12. ¿Qué es Merkaplaza? Elaboración propia.



Figura 13. ¿Qué es Merkaplaza? Elaboración propia.

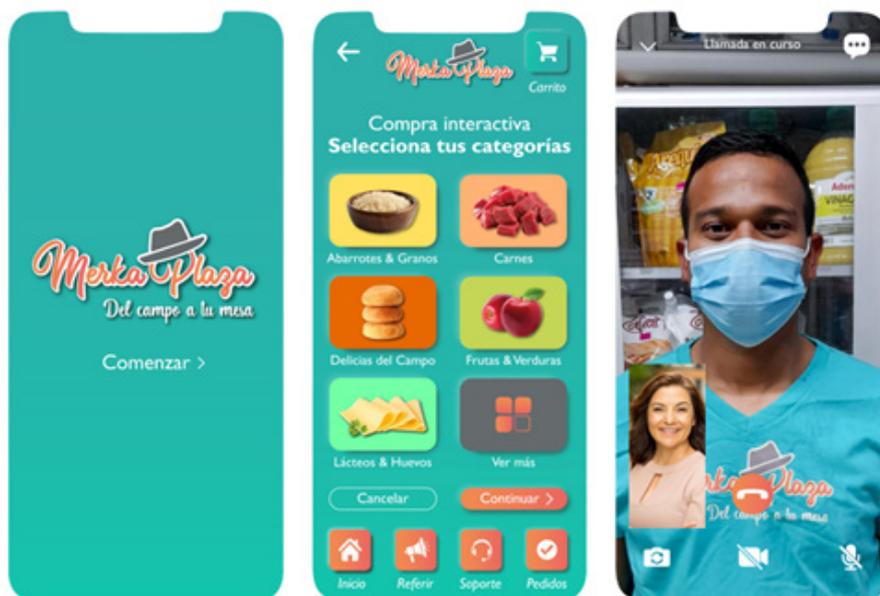


Figura 14. Interfaz final de Merkaplaza App. Elaboración propia.

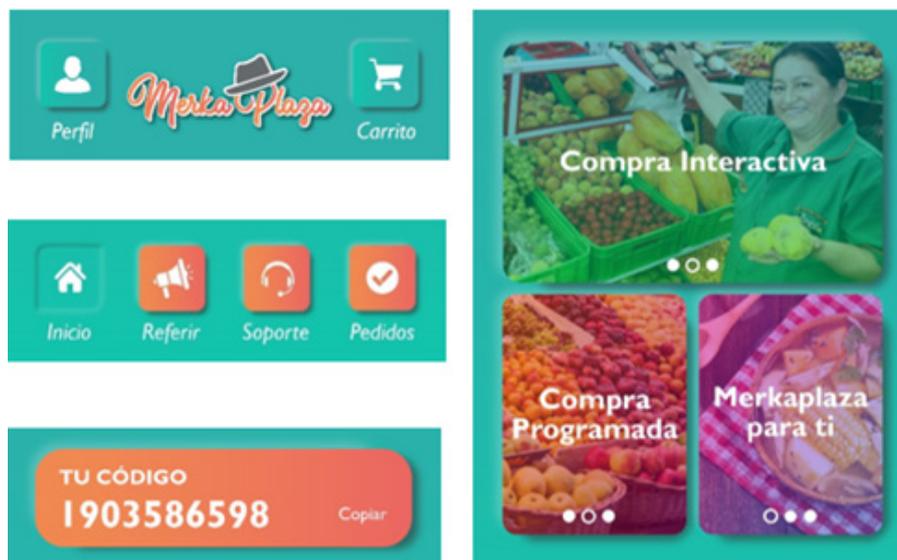


Figura 15. Colores, íconos y funciones de la interfaz de Merkaplaza App. Elaboración propia.



Figura 16. Lenguaje de la aplicación. Elaboración propia. A continuación, se encuentran los enlaces de acceso a los prototipos en Marvel App de las tres aplicaciones que conforman la plataforma de Merkaplaza

A continuación, se encuentran los enlaces de acceso a los prototipos en Marvel App de las tres aplicaciones que conforman la plataforma de Merkaplaza:



*Merkaplaza  
Consumidor*

**Merkaplaza App:**

<https://marvelapp.com/prototype/709g4ag>



*Merkaplaza  
Merkamigo*

**Merkamigo App:**

<https://marvelapp.com/prototype/2939ja0g>



*Merkaplaza  
Merkamóvil*

**Merkamóvil App:**

<https://marvelapp.com/prototype/9gegib5>

Para concluir, en lo que refiere a la sustentabilidad del proyecto, se plantea a mediano plazo replicar este mismo modelo de venta en otras plazas de mercado de la ciudad, del país y, finalmente, de América Latina, llevando una oportunidad inclusiva en la que más comerciantes puedan dar a conocer sus negocios, se generen puestos de trabajo para coteros y domiciliarios que ofrecen sus servicios en las plazas, y se lleve una experiencia diferente a más consumidores.

## **Referencias**

Design Thinking en Español. (2021). *Proceso del Design Thinking*. <https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Janna, S (2016). *Las plazas de mercado: una tradición olvidada*. <https://agronegocios.uniandes.edu.co/2016/09/15/las-plazas-de-mercado-una-tradicion-olvidada/>