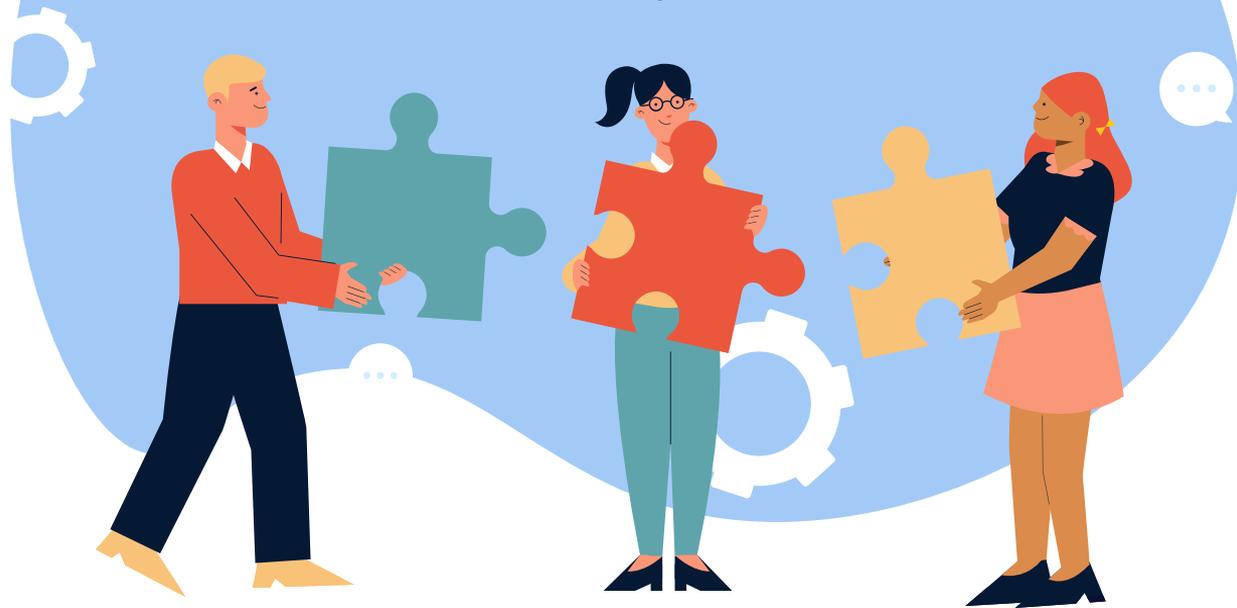


# Tianguis Libre Itinerante

## Mi IDEA de solución

Desarrolla de forma explicativa tu solución



# INDICE DE CONTENIDOS

01  
DESAFÍO

02  
SOLUCIÓN

03  
MERCADO

04  
GENERACIÓN DE VALOR

05  
IMPACTO

06  
EQUIPO

07  
CAPACIDADES

08  
ALIADOS

09  
VALOR DIFERENCIAL

# 01

## DESAFÍO

¿Qué desafío de COVID-19  
quieres resolver?



# Tianguis Libre Itinerante Virtual

Cómo impulsar la economía solidaria y comercio justo para comunidades autogestivas/emprendedoras que promueven la compra-venta y el intercambio de productos y servicios con causa que fomentan el consumo responsable y solidario.

La pandemia de COVID-19, el aislamiento social, y la campaña de #QuédateEnCasa, afecta/ golpea la economía global, limitando a comunidades vulnerables en la generación de ingresos, así como el acceso de consumidores finales a productos y servicios a su alcance. Así que partimos del replanteamiento de nuestras necesidades, para satisfacerlas contribuyendo a una sociedad sostenible y justa.

# 02



# SOLUCIÓN

¿Cuál es tu solución?

# Tianguis Libre Itinerante

**TLI** – Tianguis Libre Itinerante: Mercadeo social y solidario

Plataforma digital de venta-compra e intercambio de productos y servicios con causa que fomentan el consumo responsable y solidario, entre cooperativas, organizaciones sociales, emprendedores comunitarios, comunidades autogestivas y productivas, con consumidores responsables y conscientes.

**Publicidad:** En emisoras de radio clave para el target a través de sensibilización e intercambio con anclas/ locutores de gran alcance

## **PR**

**Nivel 1:** relación de confianza, que agregue valor y sostenible con los emprendedores comunitarios seleccionados. Coaching Comunitario

**Nivel 2:** PR con influenciadores clave en medios digitales y redes para que promocionen la iniciativa

**Digital:** Máximo foco en promoción digital, ya que es la naturaleza de la plataforma. CRM- Redes Sociales- Geo Target y Marketing Digital (Ads).



03

# MERCADO

¿Cuál es el mercado?

# Tianguis Libre Itinerante

Región de Latinoamérica. Habla Hispana.

## Audiencia Primaria

Comunidades emprendedoras/ productivas /autogestivas

Artesanal/ Urbano-rural

Capacidad de producción, con recursos limitados para la visibilización y distribución

Bajo y medio nivel de instrucción formal

Medio y alto nivel de instrucción no formal

Generan productos y servicios únicos/ diferentes con valor agregado

## Audiencia Secundaria:

Consumidores responsables, con conciencia social y ecológica.

Ciudadinos/ Urbanos.

Target socio económico medio-alto. Pueden permitirse consumir y obsequiar productos con causa con valor superior a los industriales por su valor intrínseco.

Alto nivel de instrucción formal. Muy informados y preocupados sobre temas globales.

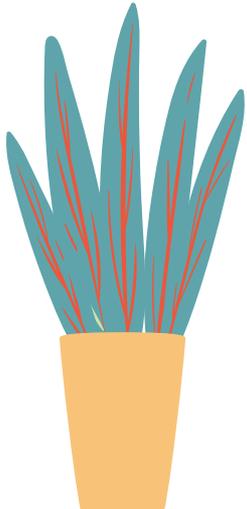
Mujeres, adulto contemporáneas, profesionales y/o cabeza de familia (compradoras)

Miembros de la comunidad/ organización Clientes corporativos de las empresas (PR), la propia compradora u otros miembros del hogar.

# 04

## GENERACIÓN DE VALOR

¿Cuál es el modelo de  
generación de valor en  
contexto COVID-19?



# Tianguis Libre Itinerante

Nos diferenciamos de la competencia en ser plataforma / red de productos y servicios comunitarios/ artesanales/ecológicos de colectivos dirigidos a organizaciones además de empresas y familias. Somos Mercadeo Social con Causa. **Mercadeo Solidario**. Modelo O2O (organizaciones para organizaciones). Nuestra meta va más allá de lo comercial. Busca favorecer el empoderamiento e intercambio comunitario. Para ser competitivos nuestra propuesta de valor contempla una diversidad de productos y servicios innovadores, y de comercio justo con los que los consumidores puedan adoptar un estilo de vida saludable y responsable con el medio ambiente.

¿Cómo garantizar la oferta y **cumplir la promesa de valor al cliente?**

Economía afectada (limitación de ingresos familiares y capacidad de consumo) junto con limitaciones en servicios tecnológicos por exceso de uso. El proyecto aportaría a la sociedad el acceso a una oferta de productos orgánicos, y servicios con los que puedan adoptar un estilo de vida saludable y respeto al medio ambiente. Además contribuir a la generación de recursos (ingresos, bienes y servicios) familiares y comunitarios en medio de la crisis.

COVID-19 nos enseña que el **comercio mundial debe ser más solidario** y responsable con las comunidades y el planeta. Más productos y servicios de iniciativas económicas sociales y solidarias. Redes alternativas para intercambiar bienes y servicios #SinSalirdeCasa.

# 05

## IMPACTO

¿Cuál es el impacto medible que genera mi emprendimiento (beneficios)?



# Tianguis Libre Itinerante

## **Resultados:**

Número de familias generan x% de su ingreso mensual con TLI

Número de comunidades empoderadas sobre negocios sostenibles

Número de consumidores obtienen productos y servicios con causa

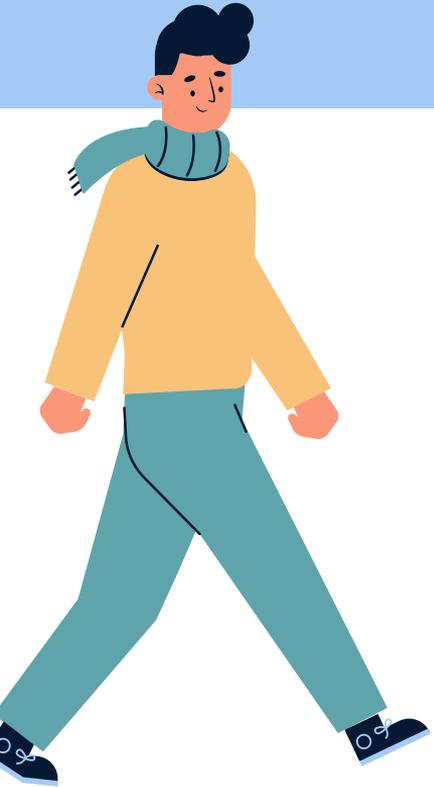
Líderes de opinión y audiencia masiva sensibilizada sobre consumo responsable (por región/ medios/ market share)

## **Impacto:**

Políticas públicas orientadas a apoyar la economía social y solidaria por regiones (municipios) y empresas.

Recuperación económica de poblaciones vulnerables.

# 06



## EQUIPO

¿Quién está detrás del  
proyecto?



# Tianguis Libre Itinerante



Nancy - **CEO**



Laura - **CMO**



Madeleine - **COO**



Jhon - **CFO**

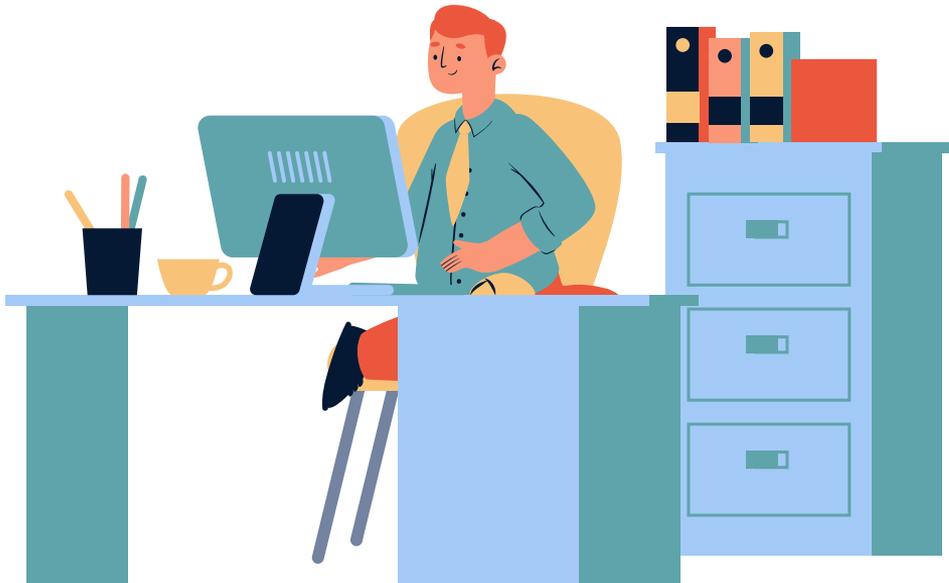


Mauricio - **CTO**

# 07

# CAPACIDADES

¿Hay capacidad del equipo para desarrollar la solución?



# Tianguis Libre Itinerante

**CEO (Directiva de la Plataforma)** – Coaching Comunitario y PR con comunidades productivas. Abogacía con actores clave (gobierno, cooperativas, organizaciones y empresas).

**CMO (Mercadeo)** - PR con medios e influenciadores. Mercadeo (publicidad, promociones) Manejo de dudas, asistencia y satisfacción del cliente final. Diseñador/ audiovisual- Producción de contenidos digitales y audiovisuales propios y en apoyo a los emprendedores.

**COO (Operaciones y logística)** - Manejo de operaciones en apoyo a las comunidades productivas (import/ export/ aduanas/ stock). Coaching Comunitario por temas de negocio, tipo de producto, región.

**CFO (Financiero y Contable)** - Manejo financiero. Manejo y asesoría en emprendimiento.

**CTO (IT)** - Construcción y mantenimiento de la plataforma

# 08

## ALIADOS

¿Quiénes son mis aliados?



# Tianguis Libre Itinerante

**Organizaciones y empresas comunitarias.** Líderes comunitarios, alcaldías, empresas de redes sociales y web. Empresas de call center, medios comunitarios y digitales, influenciadores digitales y plataformas de pago.

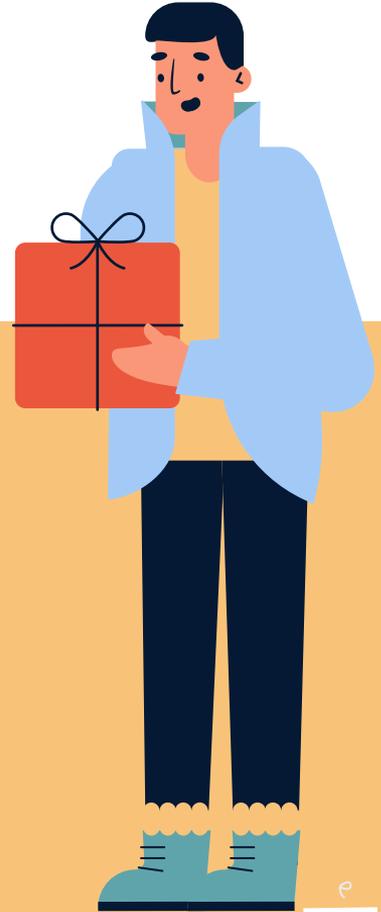
**Propuesta:** convertir a MercadoLibre (ML) de competidor en socio.

Alianza para crear capítulo **ML Solidario.**

# 09

## VALOR DIFERENCIAL

¿Cuál es tu valor diferencial,  
que te destaca de las demás  
soluciones.



# Tianguis Libre Itinerante

Nos diferenciamos de la competencia en ser plataforma / red de productos y servicios comunitarios/ artesanales/ecológicos de colectivos dirigidos a organizaciones además de empresas y familias. Somos Mercadeo Social con Causa. Mercadeo Solidario.

Modelo O2O (organizaciones para organizaciones). Nuestra meta va más allá de lo comercial.

Busca favorecer el empoderamiento e intercambio comunitario. Para ser competitivos nuestra propuesta de valor contempla una diversidad de productos y servicios innovadores, y de comercio justo con los que los consumidores puedan adoptar un estilo de vida saludable y responsable con el medio ambiente.



# ¡GRACIAS!

## Tianguis Libre Itinerante Virtual

[tianguislibreitinerante@gmail.com](mailto:tianguislibreitinerante@gmail.com)

 [/tianguisitinerantesaludintegral](https://www.facebook.com/tianguisitinerantesaludintegral)

 [/tianguislibreitinerante/](https://www.instagram.com/tianguislibreitinerante/)

CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and infographics & images by **Freepik**.

