

ENTREVISTA

Los niños crecen rápido
y la ropa, pese a estar
en perfecto estado, queda sin
servicio en apenas meses.
¿Podemos darle
una segunda vida?



**CARLOTA
PÉREZ
AGUILAR**

**LE PETIT
SCHOOL MARKET**

Carlota

Dirige el proyecto de Le Petit School Market, una propuesta con la economía circular como base y que pretende generar un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

Hola Carlota. Le Petit School Market es un proyecto que nace pensando en las familias y a su vez en el planeta. ¿Cuándo y cómo empiezas a desarrollar la idea?

Hola, muchas gracias por contar con nosotros para esta entrevista.

El proyecto Le Petit School Market nace en 2012 desde nuestra propia necesidad de ahorro de costes y tiempo en la gestión de productos y servicios de hijos en edad escolar. Tengo tres hijos que en ese momento tenían 6, 5 y 4 años y el gasto en uniformes, disfraces, etc. era enorme y recurrente.

En principio se trataba de una plataforma de compra-venta de uniformes, pero esta idea inicial, es cada día más una comunidad creada en torno a los colegios.

Solidaridad, reciclaje y economía circular son conceptos que podemos asociar al proyecto. ¿Nos podrías contar qué es la economía circular y como se integran estos conceptos en Le Petit School Market?

Sin duda son conceptos en los que se basa Le Petit School Market.

La economía circular es un concepto interrelacionado con la sostenibilidad, que busca mantener el valor de los productos, los materiales y los recursos para que se mantengan en el mercado durante el mayor tiempo posible evitando que se conviertan en residuos.

Así que cuantos menos residuos generemos, menos materia prima extraeremos y más cuidado estará el planeta.

Esto está directamente relacionado con nuestro trabajo ya que nosotros recogemos los uniformes, que están en buen estado, los arreglamos (lavado, planchado etc) y los ponemos de nuevo a la venta, es decir aplicamos el concepto de “reutilización” desde la base de nuestra actividad.

En cuanto a la solidaridad, desde el inicio ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de donar los uniformes que nosotros no podemos poner a la venta, a Entidades Sociales que estén interesadas en ellos.

En principio buscamos entidades sociales para las que estas prendas sean de utilidad. Bien porque les interesan para sus beneficiarios o bien para reutilizarlas confeccionando otras prendas distintas.



Cada vez son más las familias que optan por estas propuestas. Y ya no sólo por un tema económico; también influye que las personas van tomando conciencia sobre el impacto de nuestros actos en el planeta. Pese a ello, ¿crees que todavía hay barreras, ya sea por la industria o por los propios consumidores, para impulsar este tipo de proyectos?

Como bien dices, cada vez son más las familias que reciclan formal o informalmente uniformes. Ten en cuenta que el coste medio de un uniforme por niño son 250€ anuales y que en muchísimos casos estos uniformes, se quedan pequeños de un curso a otro, aún estando en buen estado. A comienzos de curso realizamos una breve encuesta entre familias a este respecto y te puedo decir que más del 80% de los encuestados reciclaban uniformes... y no sólo uniformes, también libros, ropa deportiva, etc.

Creo que las barreras se deben más a la asociación de poca calidad con reciclado.

Creo que hay varios factores importantes. Por un lado hay una idea muy extendida de reciclado igual a poca calidad, cuando esto tiene por qué ser así. La gente se sorprende cuando ve el estado de nuestras prendas.

Por otro lado hay un factor muy importante que es la facilidad de compra y la necesidad de probar las prendas.

Esto hasta ahora sólo podía hacerse en los propios centros escolares o en grandes almacenes, asumiendo largas colas.

En Le Petit School Market ofrecemos un servicio de e-commerce normal y competitivo en el que los usuarios pueden comprar el producto, probarlo y si no les está bien, devolverlo.

Estamos convencidos de que esta es la vía para promover la Sostenibilidad: calidad y facilidad.

¿Puede ser por desconocimiento sobre iniciativas como ésta? ¿Crees que no llega suficiente información a los consumidores?

Creo que cada vez más este tipo de iniciativas están en la mente del consumidor.

Creo que es el consumidor quien las busca y prueba de esto es el aumento del número de plataformas de compra venta de todo.

Creo que sí hay información sobre estos servicios y que además los consumidores los buscan, pero estoy de acuerdo en que este concepto no es el principal, seguimos consumiendo la primera mano, nos gusta seguir estrenando, lo cual no es malo, es complementario.



Trabajáis con familias, pero también con centros escolares. ¿Cuál es la labor de Le Petit School Market con las familias? ¿Y con los colegios?

Sí, con las familias trabajamos en la oferta de servicios de valor añadido localizados para ellas en base a la ubicación de sus centros. Estamos creciendo en esta línea porque creemos que el factor ubicación es fundamental.

Por otro lado, como dices, tenemos una propuesta interesante para los colegios como herramienta de fidelización a sus familias.

Creemos que, aunque en algunos casos el propio colegio ofrece servicios muy relevantes para las familias, su función principal es la educación de los niños que es donde deben poner el esfuerzo y aportar valor.

La realidad es que las necesidades de las familias van más allá de la vida escolar y estamos convencidos de que podemos ser una gran ayuda para hacer crecer la comunidad entorno al colegio creando una oferta segmentada e integrada para las familias de cada zona.



Y también colaboras en mercadillos solidarios y eventos privados. ¿Qué nos podrías contar sobre estos servicios que ofrecéis?

Una de las propuestas que tenemos a los colegios es la digitalización de los mercadillos solidarios. Esto es, la posibilidad de que los mercadillos offline se complementen con mercadillos online con una mayor duración en el tiempo, lo que permitiría mayor recaudación y menor esfuerzo para ellos.

No se trata de ser excluyentes sino inclusivos. Queremos sumar fuerza a las actividades de los colegios. Ampliando el impacto de cada una de las acciones.



En la web encontramos una tienda en la que ahora, además de uniformes, también hay disfraces. ¿Tenéis ya nuevas ideas para ampliar este apartado?

Sí, estamos terminando de definir esta oferta que como te decía incorporará servicios que nos han pedido las propias familias.

Servicios de clases particulares, profesores de idiomas, servicios de coaching, servicios de ocio con ofertas especiales para cada comunidad escolar, etc.

En definitiva, oportunidades para las familias, para alumnos, exalumnos y para el propio colegio. Todos estos servicios estarán revisados y filtrados por nosotros y valorados por las familias, con el fin de que cumplan los estándares de calidad tanto nuestros como de las propias familias.