



Juguetes con más de una vida

Economía circular + propósito social para padres
conscientes

- BIENES DE CONSUMO -

FINANCIA:

COORDINA:

RESUMEN EJECUTIVO

Lovevery, marca de juguetes educativos para la primera infancia, lanzó en julio de 2025 Lovevery Pre-Loved, un mercado de reventa y donación de sus productos.

La iniciativa fomenta la economía circular, ofrece incentivos a compradores y vendedores, y destina parte del impacto a programas de educación infantil en comunidades vulnerables.

Fuente



CONTEXTO

El consumo familiar está experimentando un cambio: los padres jóvenes valoran cada vez más la sostenibilidad, el ahorro y la durabilidad de los productos.

Lovevery detecta esta tendencia y crea un sistema oficial para revender o donar sus kits, garantizando calidad, piezas completas y un propósito social.



TENDENCIAS RELACIONADAS



Comercio Circular

Plataformas que extienden el ciclo de vida de los productos y reducen el desperdicio.



Segunda mano premium

Reventa de productos de calidad verificada para generar confianza en el consumidor.



Consumo con propósito

Integración de causas sociales en el modelo de negocio.



Consciencia parental

Padres y madres que priorizan compras alineadas con valores educativos y éticos

¿POR QUÉ AHORA?

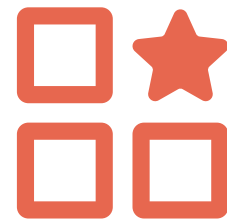
- Creciente aceptación social de los artículos de segunda mano.
- Inflación y búsqueda de alternativas de consumo más accesibles.
- Avances en plataformas tecnológicas que facilitan la logística y trazabilidad en reventa.
- Mayor conciencia ambiental en familias jóvenes.



OPORTUNIDADES



Canales de reventa certificados. Marcas de otros sectores pueden crear los suyos propios.



Diferenciación. Integrar beneficios extra como piezas de repuesto, garantía extendida para diferenciarse de marketplaces generalistas.



Colaboraciones
Colaborar con ONGs afines para aumentar el impacto social y la conexión emocional con el cliente.

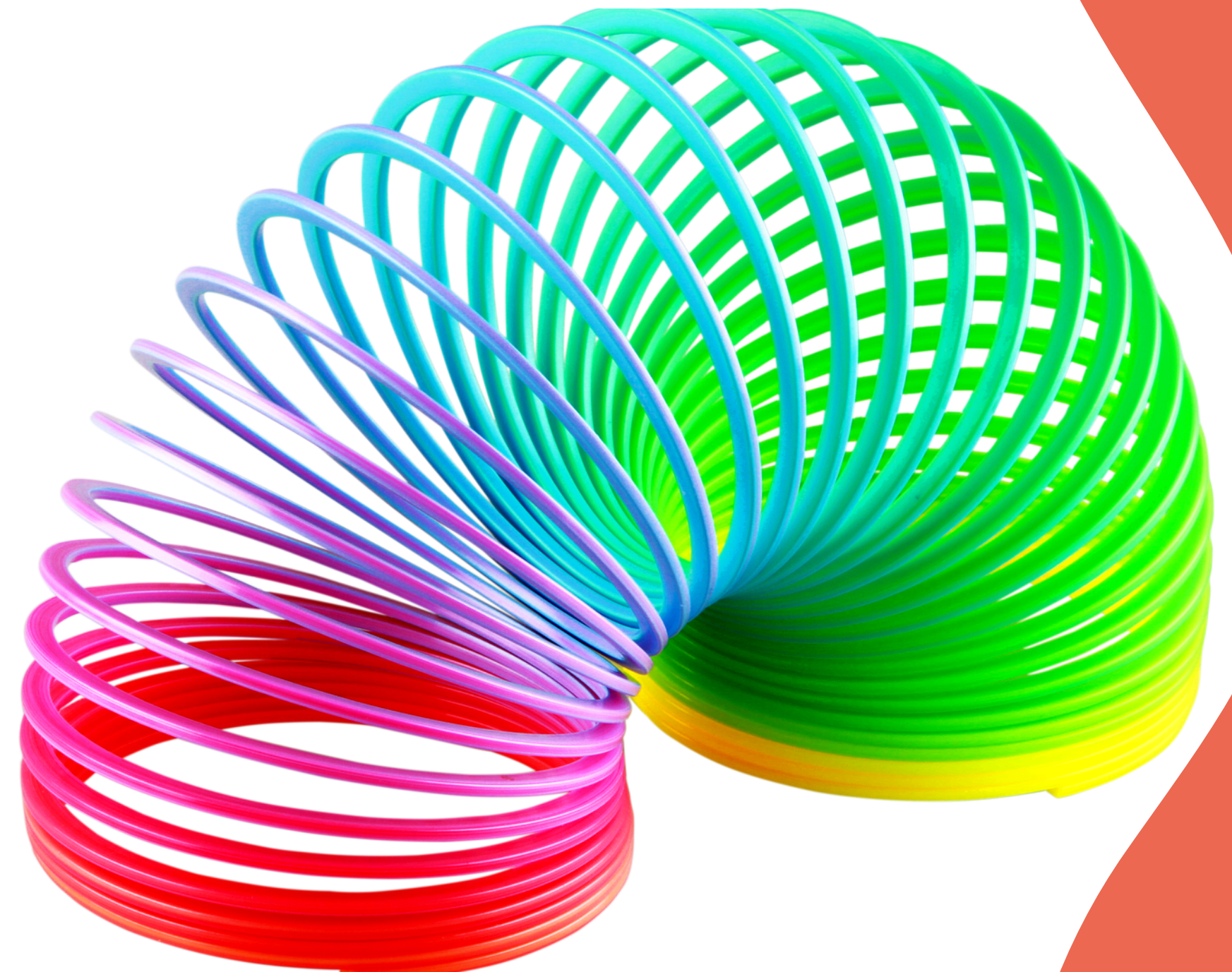


Nuevos clientes
Usar la reventa como puerta de entrada a nuevos clientes.

CONCLUSIONES

Lovevery Pre-Loved no solo responde a una tendencia, la consolida: el futuro de las marcas pasa por diseñar productos con un segundo (o tercer) ciclo de vida planificado.

Integrar sostenibilidad, economía circular y propósito social ya no es opcional, es una ventaja competitiva real.





Cooperar para innovar y transformar

www.sommos-connecta.com

FINANCIA

COORDINA