

# **GRADO EN COMERCIO**

**TRABAJO FIN DE GRADO.**

**EVOLUCIÓN Y DESARROLLO MERCADO  
SEGUNDA MANO EN ESPAÑA EN  
PLATAFORMAS DIGITALES**

**Nieto Redondo, Kevin**

**FACULTAD DE COMERCIO  
VALLADOLID, FECHA**



**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**  
**GRADO EN COMERCIO**

CURSO ACADÉMICO 2020-2021

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**Evolución y desarrollo mercado de  
segunda mano en España en plataformas  
digitales.**

**Trabajo presentado por: Nieto Redondo, Kevin**

**Tutor: Viejo Valverde, Felicidad**

**FACULTAD DE COMERCIO**

Valladolid, 01 de julio de 2021

## Índice

1. Introducción.....	5
2. Definición.....	6
3. Origen del mercado de segunda mano en España .....	6
4. Regulación .....	9
5. Ventajas y desventajas.....	11
6. Agentes que intervienen: el comprador y el vendedor .....	14
6.1. Perfil del comprador .....	14
6.2. Comportamiento de los consumidores .....	15
6.3. Aspectos a tener en cuenta por los compradores .....	17
6.4. Perfil del vendedor .....	18
6.5. Tipo de vendedor .....	19
6.6. Distancia .....	19
7. Artículos .....	21
7.1. Artículos con más demanda.....	21
7.2. Presupuesto utilizado.....	23
7.3. Medio de pago .....	23
8. Plataformas digitales dedicadas al mercado de segunda mano.....	24
8.1. Plataformas actuales.....	24
8.2. Clasificación según la búsqueda de productos.....	43
8.3. Clasificación según la compra de productos .....	45
8.4. Técnicas usadas en las plataformas digitales de segunda mano .....	46
9. Perspectivas para el futuro .....	48
10. Conclusiones.....	50
11. Bibliografía .....	51

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Ahorro de CO2 por comunidades en el año 2020 .....	12
Ilustración 2. Página web principal Wallapop. ....	26
Ilustración 3. Página Web principal Amazon Warehouse. ....	28
Ilustración 4. Página Web principal eBay .....	31
Ilustración 5. Página Web principal Milanuncios.....	32
Ilustración 6. Página Web principal Vibbo .....	34
Ilustración 7. Página Web principal Facebook.....	35
Ilustración 8. Página Web principal Facebook Marketplace .....	37
Ilustración 9. Imagen aplicación Vinted móvil.....	38
Ilustración 10. Página Web principal Cash Converters.....	40
Ilustración 11. Página Web principal Letgo .....	41

## Índice de gráficos

Gráfico 1. Compra de segunda mano en los últimos 12 meses.....	15
Gráfico 2. Importancia para los consumidores .....	18
Gráfico 3. Preferencias de distancia comprador-vendedor en las ventas de segunda mano en España .....	20
Gráfico 4. Artículos más comprados en España de segunda mano en el año 2019 y 2020.....	21
Gráfico 5. Gasto medio por persona en segunda mano en los años 2019 y 2020	23
Gráfico 6. Procedencia de las compras online de segunda mano .....	25
Gráfico 7. Satisfacción de los consumidores en la búsqueda de productos. Criterios facilidad de uso y oferta de productos. ....	44
Gráfico 8. Satisfacción tras la compra de productos a través de las plataformas de segunda mano .....	45
Gráfico 9. Expectativas de ventas del comercio de segunda mano hasta el año 2023, escala anglosajona .....	49

## 1. Introducción

El mercado de segunda mano ofrece una multitud de posibilidades que junto con una serie de acontecimientos como “la necesidad económica fruto de la crisis y la llegada de nuevas generaciones de consumidores acostumbrados al mundo digital y al intercambio de productos” (Maite Gutiérrez, 2021) crean una ventana amplia para desarrollar un mercado con un público potencial en aumento.

Cada día son más las personas en España que deciden iniciarse y adquirir algún artículo procedente de este mercado de segunda mano, aunque la tradición de comprar en mercadillos sí que está presente en la cultura de la población española. La aparición del primer local de comercio de segunda mano no se dio hasta finales del siglo XX.

En este proyecto se va a estudiar el mercado de segunda mano a nivel nacional, analizando aspectos que engloben a la sociedad y la economía del país, centrandó la atención en el uso de los marketplace más relevantes que han ayudado a potenciar y popularizar el uso de este mercado, desglosando la oferta que encontramos en ellos, así como los perfiles de comprador y vendedor y los factores que han ayudado a la expansión de la reventa.

El motivo de la elección de este tema es como consecuencia de la curiosidad de conocer más ampliamente este modelo de comercio y ver el desarrollo y estado actual en España del mercado de segunda mano, junto los agentes que intervienen en él, ya que lo considero una alternativa al consumo de bienes de primera mano muy relevante.

El objetivo del estudio es analizar el sector de la segunda mano en España, utilizando toda la información disponible para entender su funcionamiento y características. Para ello, empezamos definiendo los conceptos de mercado y segunda mano para formar una primera idea del tema a tratar.

Seguidamente se recogen tanto el origen de la actividad como las regulaciones y normativas vigentes en España.

El cuerpo consiste en el análisis y exposición de los componentes del mercado partiendo desde sus ventajas e inconvenientes hasta las principales plataformas que dan soporte.

Finalmente, se hace una perspectiva sobre lo que depara el comercio de segunda mano y se hace una reflexión sobre las conclusiones que se han sacado a lo largo del estudio.

## 2. Definición

Las definiciones de mercado que más se adecuan a lo que vamos a estudiar según la Real Academia Española son:

“Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio”.

“Conjunto de operaciones comerciales que afectan a un determinado sector de bienes”.

“Estado y evolución de la oferta y la demanda en un sector económico dado”.

“Conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público”.

Para los bienes de segunda mano encontramos definiciones en el «BOE» núm. 312, de 29/12/1992, según la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido, que trata de las aplicaciones del IVA en distintos tipos de bienes. Define a los de segunda mano como “bienes muebles corporales susceptibles de uso duradero que, habiendo sido utilizados con anterioridad por un tercero, sean susceptibles de nueva utilización para sus fines específicos”.

Y en el «BOE» núm. 115, de 25 de marzo de 2015 de la comunidad autónoma de Aragón que regula el comercio de la comunidad, donde figura que los bienes de segunda mano son aquellos que han tenido un uso anterior y, transcurrido este, se ponen a la venta.

Así entonces, entendemos que el mercado de segunda mano es aquel en el que se comercian este tipo de bienes, diferenciado del mercado de bienes de primera mano por la definición del concepto propio de segunda mano, el cual es un mercado secundario donde se comercian artículos que ya han sido adquiridos previamente por un consumidor y estos pueden ser intercambiados entre individuos, quedando excluida la intervención de cualquier empresa, aunque en algunas ocasiones sí que pueden mediar.

## 3. Origen del mercado de segunda mano en España

Es complicado determinar un origen preciso para este tipo de mercado, en todas las ciudades antiguamente se formaban mercados en plena calle donde la gente acudía en busca de productos.

Sí que podemos precisar la aparición de las primeras tiendas de segunda mano, que se tratan de establecimientos que ofrecen artículos que han sido utilizados anteriormente por una o más personas. El origen de las tiendas de segunda mano reside en la voluntad de transformar la industria de la moda desde el punto de vista de la ecología,

el anticapitalismo y la heterogeneidad de productos. (Román/ Luque/ Sánchez/ Fernández, 2019)

Jennifer Le Zotte, sostiene que todo empezó con un simple gorro de castor que vestía el protagonista de la serie de televisión Davy Crockett: King of the Wild Frontier. Más tarde, a finales del siglo XX, los beats y los hippies usaban ropa donada, además de porque era mucho más barata, porque manifestaban así su desprecio al capitalismo. (Román/ Luque/ Sánchez/ Fernández, 2019)

I Was Lord Kitchener's Valet fue una tienda de ropa de Londres que alcanzó la fama en los años 60 mediante la promoción de uniformes militares y es considerada como la pionera. (Román/ Luque/ Sánchez/ Fernández, 2019)

En España la cultura del comercio de productos reutilizados no estaba muy enraizada a finales del siglo XX, la llegada de las primeras tiendas dedicadas a este modelo de negocio como fue Cash Converters en el año 1995 propiciaron a que los consumidores aceptasen este mercado a medida que se iba considerando como una opción de compra alternativa.

El comercio electrónico sirvió para potenciar el mercado de compraventa y ha supuesto el soporte idóneo para que se desarrollen plataformas que utilizan las funciones disponibles para crear un entramado de compraventa en el cual sus usuarios pueden establecer relaciones comerciales. La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones define al comercio digital como “toda compra realizada a través de Internet, cualquiera que sea el medio de pago utilizado. La característica básica del comercio electrónico reside en la orden de compraventa, la cual tiene que realizarse a través de algún medio electrónico, con independencia del mecanismo de pago efectivo.”

Las empresas con poder para propiciar soportes para la compraventa se preocupan por mantener los medios actualizados e incorporan nuevas utilidades para facilitar la experiencia de sus usuarios, con la aparición de, por ejemplo, los algoritmos basados en ciencia de datos que asignan automáticamente los precios adecuados a cada artículo. La automatización permite procesar, fotografiar y clasificar adecuadamente. (Cardona, 2020)

La compraventa no supone algo innovador hoy en día, pero sí que ha crecido gracias a las nuevas tecnologías. Un 41% de los españoles ha comprado algún producto usado en el último año y según el informe Digital 2019, Wallapop es la octava app de móvil con más usuarios mensuales activos incluyendo aplicaciones de todo tipo. (Pita, 2019)

## **Tendencias y factores que han influenciado en el desarrollo de la compraventa**

El aumento de consumidores de artículos de segunda mano viene dado por una serie de tendencias que ayudan a entender el porqué de este mayor volumen año tras año. Está marcado por algunos aspectos clave:

El mercado de segunda mano está soportado en su mayoría por plataformas digitales, lo que nos permite entender que con el desarrollo de esas aplicaciones y la continua evolución y mejora de los medios dependientes de internet hace que todos los negocios implicados se vean beneficiados por la presencia de un mayor soporte y posibilidad, sobre todo, a la hora de alcanzar a un público mayor y hacer este tipo de comercio más accesible e intuitivo para el comprador.

A esto hay que sumar la flexibilidad que ofrece la compra por internet, cualquier persona con acceso a una red de datos puede conectarse a las plataformas desde cualquier sitio y a la hora que más le convenga, haciendo que sea más cómodo y no tengan la necesidad de depender de unos horarios fijos de los comercios y una mayor disponibilidad y cercanía sin desplazamientos hasta esos locales.

Los consumidores, y más aún los de edad más temprana tienen una visión de ayuda al medio ambiente y la sostenibilidad, lo que hace este mercado de resale el escaparate perfecto donde comprar aquello que buscan respetando la naturaleza al volver a utilizar artículos que ya han sido disfrutados por otros pero siguen siendo aprovechables. Esto ayuda a que la huella de carbono de la producción por parte de los fabricantes se vea reducida al disminuir los bienes que fabrican. (Cardona, 2020)

El comercio de reventa es una alternativa de consumo responsable que nos ayudará a asegurar un futuro sostenible para toda la sociedad. La sostenibilidad se considera como meta en muchos proyectos y se ha condensado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promulgados por la ONU y a la que los ciudadanos debemos contribuir. Apostar por alargar la vida útil de los objetos es una de las mejores herramientas que tenemos a nuestro alcance para conseguirlo. (Caixabank, 2021)

El uso de las redes sociales está muy asentado en la sociedad y vinculado a las redes van las necesidades de los consumidores, demandando vestimenta nueva para poder ofrecer un aspecto renovado. Entre la comunidad de usuarios de estas redes sociales crean tendencias y estas son las que marcan las búsquedas en las aplicaciones. La mentalidad actual ha cambiado respecto a la de otras épocas y los consumidores buscan moda rápida que les permita disfrutar en cortos periodos de tiempo de bienes que



sean lo más actuales posibles y una vez han hecho uso de ellos venderlos posteriormente. (Cardona, 2020)

La creciente preocupación de las empresas por la ciencia de datos y su utilización para sacar el máximo partido a sus planes de negocio dan usos como “los algoritmos basados en ciencia de datos asignan automáticamente los precios adecuados a cada artículo” (Cardona, 2020), lo que favorece a los usuarios reduciendo el tiempo que gastan en filtrar la información disponible.

#### 4. Regulación

No existe normativa específica que regule el mercado de compra-venta de segunda mano, este mercado se regula igual que los demás, pero sí cuenta con excepciones en algunos aspectos como la garantía o los acuerdos que se puedan dar entre comprador y vendedor como el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

En este Real Decreto se encuentran regulaciones que afectan al mercado de segunda mano que estamos estudiando, respaldando a los consumidores.

En el artículo 114, sobre el **ámbito de aplicación**, se detalla la garantía de los bienes de consumo señalando que lo dispuesto en las disposiciones generales sobre **garantía** “tampoco será aplicable a los bienes de segunda mano adquiridos en subasta administrativa a la que los consumidores puedan asistir personalmente.” Quedando el resto de bienes incluidos en el ámbito de aplicación.

Respecto al **ejercicio de derechos por el consumidor y usuario**, en el artículo 120 del mismo Real Decreto, sobre el plazo para la manifestación de la falta de conformidad dicta que “en los bienes de segunda mano, el vendedor y el consumidor podrán pactar un plazo menor, que no podrá ser inferior a un año desde la entrega.” A diferencia de los otros bienes de primera adquisición donde el plazo de garantía es de dos años desde su entrega.

La carga de la prueba en el Real Decreto Legislativo 1/2007, según el artículo 121, dicta que: el empresario y el consumidor y usuario podrán pactar un plazo de presunción menor a los dos años siguientes a la entrega del bien o en el año siguiente al suministro del contenido o servicio digital y que no podrá ser inferior al período de responsabilidad pactado por la falta de conformidad, de acuerdo con lo previsto en el artículo 120.1.

Adicionalmente cada servicio digital cuenta con su propia política y regulación que garantiza a sus usuarios unas determinadas condiciones complementarias a las disposiciones legales presentes a nivel nacional.

En el portal del comerciante de la Junta de Castilla y León se refleja que “ante la falta de conformidad del producto el consumidor puede optar entre la reparación o sustitución del bien, salvo que una de estas dos opciones resulte imposible o desproporcionada. Tratándose de bienes de segunda mano el consumidor no puede exigir la sustitución.”

Si el defecto del producto se manifiesta durante los seis primeros meses desde la fecha de entrega (producto nuevo o de segunda mano), se entiende que este defecto ya existía cuando lo entregaron, es decir, que era de origen. Entonces, corresponde al vendedor demostrar lo contrario y que el defecto ha aparecido después a causa de un mal uso o de un mantenimiento defectuoso. Dicha persona es quien tiene que demostrar, en definitiva, que entregó el producto de acuerdo con las condiciones acordadas.

Respecto a las **reparaciones o sustituciones**, cuando el consumidor no pueda exigir la reparación ni la sustitución, o éstas no se realicen en un plazo razonable, este podrá elegir entre la rebaja del precio o la resolución del contrato, salvo que la falta de conformidad sea de escasa importancia, en cuyo caso no cabe la resolución.

En el caso de **ventas a través de máquinas automáticas**, el titular de la empresa o actividad del local en el que esté instalada responderá solidariamente con el de propia máquina, de las obligaciones derivadas de la venta automática.

“En operaciones de compraventa de artículos de segunda mano entre particulares es de aplicación el Código Civil, por lo que el comprador dispondrá de un plazo de seis meses (art. 1.490) contados desde la entrega del bien o producto, para reclamar ante los tribunales cualquier defecto o vicio oculto en el producto, pudiendo optar en su reclamación entre:

1. Desistir del contrato, en cuyo caso puede reclamar el reintegro de los gastos que pagó, y en aquellos casos en que el comprador consiga probar que el vendedor conocía los vicios y no los puso de manifiesto al comprador, podrá reclamar la indemnización de daños y perjuicios que, a su vez, deberán probarse reales, económicamente cuantificados, y causados en relación directa causa-efecto con el vicio del producto que da lugar a ejercer la opción de desistir del contrato.

2.- O, exigir una rebaja en el precio. Rebaja que la norma establece será proporcionalmente determinada “a juicio de peritos” (art. 1.486 CC).

Como vicio oculto encontramos la definición: Debe tratarse de un defecto interno y grave, que en el momento de la compraventa no fuera conocido ni perceptible a simple vista por el comprador, hasta tal punto que, una vez aparece el defecto, éste hace impropio el producto para el uso a que está destinado o disminuye de tal forma su uso o utilidad que, de haberlo conocido el comprador, no lo hubiera comprado o hubiera pagado menos por el producto o bien en cuestión (art. 1.484 CC)". (Ruisánchez, 2014)

Ante responsabilidades fiscales, según lo que la transacción nos haya reportado, es el individuo el que debe incluir su ganancia o pérdida en la declaración de la renta del periodo que corresponda. (e-autónomos, 2016)

El comprador tampoco está exento de pagar impuestos, ya que, cuando se compra algo nuevo, el impuesto que lo grava es el IVA. En el caso de bienes de segunda mano la operación está gravada por el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales. Este impuesto recae sobre cualquier elemento ya sea un coche, un ordenador, una vivienda, un reloj de pared, etc. (e-autónomos, 2016)

La obligación de tributar se da cuando vendemos por un precio mayor al que compramos el bien en origen. En todo el territorio nacional, cualquier artículo posee un gravamen con un tipo impositivo del 19%, hasta un máximo de 6.000 euros. Si se supera este importe, el tipo impositivo para los próximos 44.000 euros es del 21% y el tipo impositivo para más de 50.000 euros es del 23%. (Abanca, 2021)

## **5. Ventajas y desventajas**

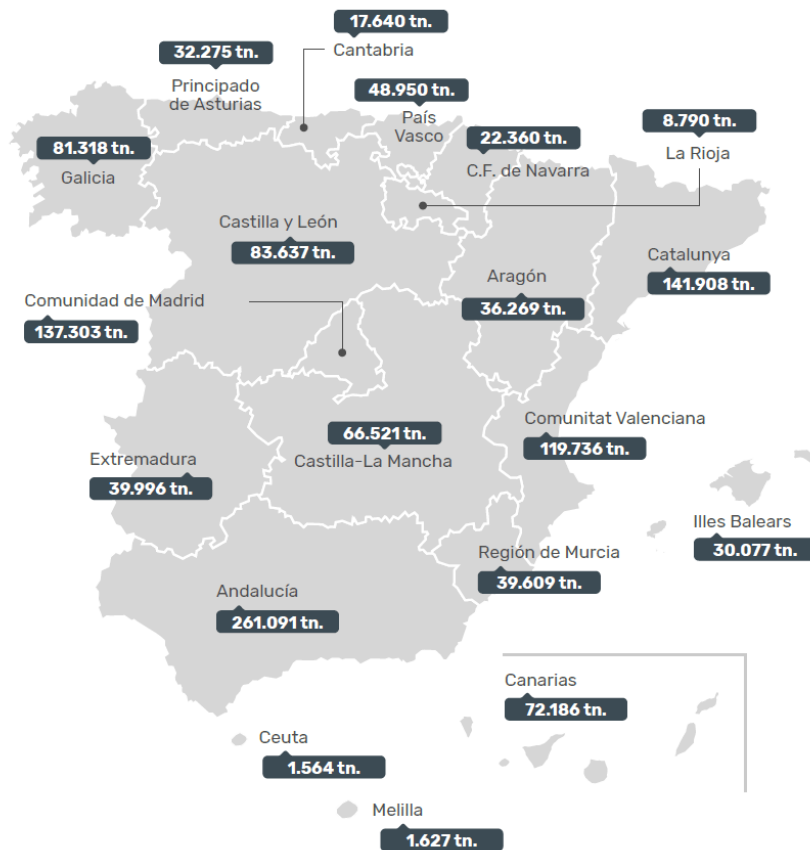
Son varias las ventajas que ofrece este tipo de mercado de reventa, algunas con especial impacto en la economía e incluso en el medio ambiente.

Una de estas ventajas es que al producirse intercambios de bienes que ya están en el mercado y fueron fabricados una vez, no hace falta hacer frente a la demanda de productos nuevos por parte de las empresas, con lo que conlleva una menor contaminación al no usar nuevas materias primas o fuentes energéticas potencialmente contaminantes.

Según relata el estudio "El Efecto Medioambiental de la Segunda mano 2020" desarrollado por Milanuncios en colaboración con el Instituto de Investigación Medioambiental de Suecia (IVL) y la consultora especializada en medioambiente Ethos International, en 2020, cada español contribuyó a un ahorro potencial de 26,4 Kg de CO<sub>2</sub>, teniendo en cuenta que no todos los españoles son asiduos a este tipo de mercado, la cifra per cápita de 26,4 Kg se torna una cifra más que considerable, sumando un total de 1,2 millones de toneladas, que, comparándolo con la contaminación producida por el tráfico de

una ciudad tan transitada como Madrid, hace una equivalencia similar a la de cortar todo el tráfico de la ciudad por 7 meses o igualándose a la contaminación de ciudades como Santander o Logroño a lo largo de un año.

Ilustración 1. Ahorro de CO2 por comunidades en el año 2020



Fuente: Milanuncios

Desglosando el ahorro por comunidades, Andalucía es la que más toneladas ahorró, seguida de la Comunidad de Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana sobrepasando todas las 100 toneladas.

Sin embargo, el ahorro por habitante es mayor en comunidades como Extremadura liderando con 37.59 kg por habitante seguido de Castilla y León, Navarra, Islas Canarias, Castilla-La Mancha superando los 30 kg por habitante cada una.

Los sectores que más han ayudado a la reducción de contaminación producida han sido en el año 2020, los relacionados con el motor, hogar y jardín, informática, telefonía y bicicletas. Destacando como principal el sector del motor, “suponiendo él solo el 97% del ahorro de CO2, el 98% del plástico, el 99% del acero y el 99% del aluminio respecto del total” (Milanuncios, 2021)

Para el consumidor, el ahorro económico que supone la compra de un artículo reutilizable, estimado por el Marketplace Vibbo, indica que por promedio son unos 205 euros por cada artículo comprado. Con esto reciben una relación precio-calidad muy alta, los artículos llegan incluso a reducirse a la mitad del precio inicial y se encuentran en muchas ocasiones a un nivel de conservación idóneo para que se siga disfrutando de ellos.

Al tratarse la mayoría de ventas de relaciones comerciales entre particulares, se benefician de una gran flexibilidad en la que se pueden acordar las condiciones en las que se va a producir el intercambio (precio, lugar...).

Esta flexibilidad se extiende también a los horarios en que los consumidores pueden realizar sus compras sin depender de un límite horario comercial sin aperturas ni cierres. Esto es una oportunidad para aquellos que no pueden acudir a las tiendas físicas por incompatibilidades en su agenda horaria.

En ocasiones, se crean mercados de productos que ya no se pueden encontrar en los catálogos de las tiendas porque han sido puestos a la venta hace años y ya no se siguen fabricando. Las personas que tengan estos artículos en su posesión tienen una oportunidad de venderlos creando este mercado de productos descatalogados.

Los costes en los que las compañías incurren al prestar sus servicios para que se lleve a cabo este mercado de segunda mano es mucho menor que el mantenimiento de un local, lo que hace que cada vez se sumen más empresas a este modelo de negocio.

Hay productos en los que la renovación se da cada vez más rápido y no pasa mucho desde su lanzamiento hasta que se dejan de comercializar, por lo que el mercado de segunda mano es una opción para las personas que buscan artículos que ya no se comercian o son coleccionables. (Diario de Tarragona, 2020)

El mercado de segunda mano sirve de apoyo para el comercio local y ayuda a que se siga moviendo la economía por el interés de la gente en vender aquellos bienes que ya no utilizan y pueden obtener un beneficio económico por su venta. (Diario de Tarragona, 2020)

Igual que ventajas, este mercado también tiene una serie de inconvenientes como son:

Al tratarse de compras que no son a tiendas oficiales en su mayoría, generan cierta desconfianza en la compra y en ocasiones se pueden llegar a dar estafas en las plataformas de compraventa ya que el consumidor debe asumir que la información que le presentan es real sobre el artículo que compra.

El tiempo que se dedica entre la búsqueda de información, evaluación de alternativas y decisión de compra en este tipo de mercado secundario es más tedioso y lleva mayor tiempo que en los mercados principales.

Pese a la gran variedad ofrecida a los consumidores, si precisa de unas medidas, tallas, colores en especial que se adapten mejor a sus preferencias es más difícil que encuentre entre las opciones aquella que encaja perfectamente con lo que busca. No es posible configurar los bienes ya que son artículos que ya han sido vendidos previamente y personalizados por sus antiguos propietarios. Sumado a esto, las compras de un bien que ya ha salido a mercado hace algún tiempo no tendrán las tecnologías o actualizaciones de los que se estén comercializando en el mercado de bienes nuevos en ese momento.

En este mercado no hay una garantía oficial que proteja en cierto modo estas transacciones. Sí que pueden recurrir a medidas legales en caso de que se haya producido un fraude en la venta, pero no tendrán una garantía con la que reclamar si algo no termina de encajar con sus expectativas y no tendrán la capacidad de descambiar el bien a cambio de la devolución del dinero. Si las compras se han realizado a profesionales especializados en la compraventa, estos sí que disponen de una garantía para la transacción. Existe por tanto falta de regulación para este mercado por la que los consumidores y vendedores se puedan regir y sentirse respaldados ante los inconvenientes que estos intercambios puedan presentar.

## **6. Agentes que intervienen: el comprador y el vendedor**

### **6.1. Perfil del comprador**

El estudio realizado por la OCU sobre la compraventa online de ocasión en el año 2019 nos ayuda a entender el perfil del comprador, con predominio de la gente joven, quienes tienen más costumbre de hacerlo en torno al 90 % de las personas menores de 35 años (sin distinción de sexo) ha comprado alguna vez en comparación al 61 % de los que tenían entre 47 y 64 años y que también lo han hecho.

A través de los datos podemos ver que el perfil del comprador en este estudio atiende a un perfil joven menor de en torno a los 40 años, habiendo comprado 9 de cada 10 personas alguna vez a través de estos soportes, pero que también la gente que supera esa edad usa este tipo de aplicaciones, aunque no sean tan propensas a realizar la compra.

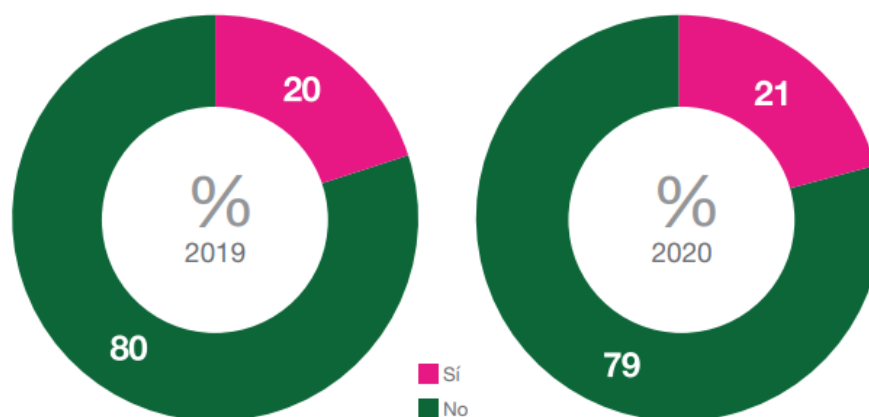
Entre los compradores de segunda mano se incluyen a clientes de todo tipo de marcas y franjas de precio, desde compradores de moda de lujo, que destinan el 26% de sus compras a artículos de segunda mano, hasta los clientes de las tiendas más económicas con un porcentaje similar (22%) destinado a segunda mano. (Cardona, 2020)

La diferencia entre los grupos de edad es reseñable en cuanto a nuevos participantes en el mercado de segunda mano: “el mayor crecimiento se da entre los miembros de la Generación Z (un 46% más entre 2017 y 2019) y los millennials (con un incremento del 37%).” (Cardona, 2020)

La mayor parte de las compras que realizan se dan a particulares (en torno al 70%) como revela el estudio sobre la compraventa online de ocasión de la OCU frente a un 25% de las compras a tiendas o profesionales y un 5% que desconoce el origen de la compra. Es un comercio más personal y no centrado en las empresas puesto que cualquier persona que disponga de conexión a internet y quiera vender cualquier útil que no necesita, puede hacerlo. En cuanto a la compra, el 58% del total de las compras realizadas son a través de smartphone.

Además, según la encuesta por parte del Observatorio Cetelem sobre el dominio de la tienda online en el consumo de 2020 según las respuestas que dieron los encuestados a la pregunta sobre si habían hecho alguna compra de productos de segunda mano en los últimos 12 meses, se determina que un 21% sí compró en los últimos 12 meses, superando en un 1% los datos obtenidos el año anterior.

Gráfico 1. Compra de segunda mano en los últimos 12 meses



Fuente: Observatorio Cetelem

## 6.2. Comportamiento de los consumidores

Entre los compradores, con un estudio a través de NetQuest con un total de 3.127 entrevistas online realizadas a una muestra representativa de la sociedad española distinguen perfiles en función de su comportamiento, los cuales son:

- Consumidor racional:

Se entiende a este tipo de perfil como aquel tipo de consumidor que antes de realizar la compra sabe lo que necesita y busca un equilibrio en su compra entre lo que gasta y la calidad que le ofrecen. Antes de dedicarse a la búsqueda del producto suele delimitar la cantidad que está dispuesto a pagar e intenta no sobrepasar esa cifra. Este tipo de consumidor no compra algo que no necesita y antes de adquirir cualquier bien se pregunta si realmente lo necesita, son personas en las que predomina la racionalidad y la anteponen a los precios o marcas.

- Consumidor compulsivo:

Como consumidor compulsivo se entiende un tipo de perfil de comprador que las compras le aportan algo más que meramente satisfacer una necesidad, realiza compras que pueden ser no solo para él, sino que compra para cualquier familiar o amigos sin analizar el nivel de necesidad. Estas compras son de cualquier producto que tenga disponible. Al carecer de control sobre los gastos que conllevan estas compras, pueden producir en estas personas sentimientos posteriores de culpabilidad.

- Consumidor oportunista:

Es aquel que compra lo que ellos consideran que en ese momento es una oferta con un descuento muy inferior al precio original del bien. Esperan a satisfacer sus necesidades de compra en función de cómo oscilen los precios de los productos que están en su cesta de compra y aprovechan cuando el precio encaja dentro de lo que ellos consideran “chollo” para comprarlo.

- Consumidor cauteloso:

Consumidor cauteloso es aquel que busca mucha información previa a la compra y nunca tiene suficiente que le garantice que consigue el mejor precio posible, comparando en multitud de plataformas.

- Consumidor perfeccionista:

Como ocurre con otros perfiles del consumidor, este también necesita comparar y consultar la diversidad de páginas web de las que disponga, llegando a consultar las dudas que le surjan en foros, y, revisando los análisis de productos que hacen las personas que ya lo poseen, esto no lo hace para conseguir la compra al menor precio posible, su prioridad es comprar el mejor producto.



- Consumidor vocacional:

Es el tipo de consumidor que encuentra en el mercado de segunda mano su mercado ideal, rechaza todo consumo que no sea con control y lo concibe como una oportunidad de reducir el impacto que los productos de primera mano conllevan con el medio ambiente.

Como norma general, todos los perfiles consultan los productos que se ofrecen en la web varias veces a lo largo de la semana y la mayoría utilizan sus ratos libres para mirar los anuncios online desde su teléfono.

### **6.3. Aspectos a tener en cuenta por los compradores**

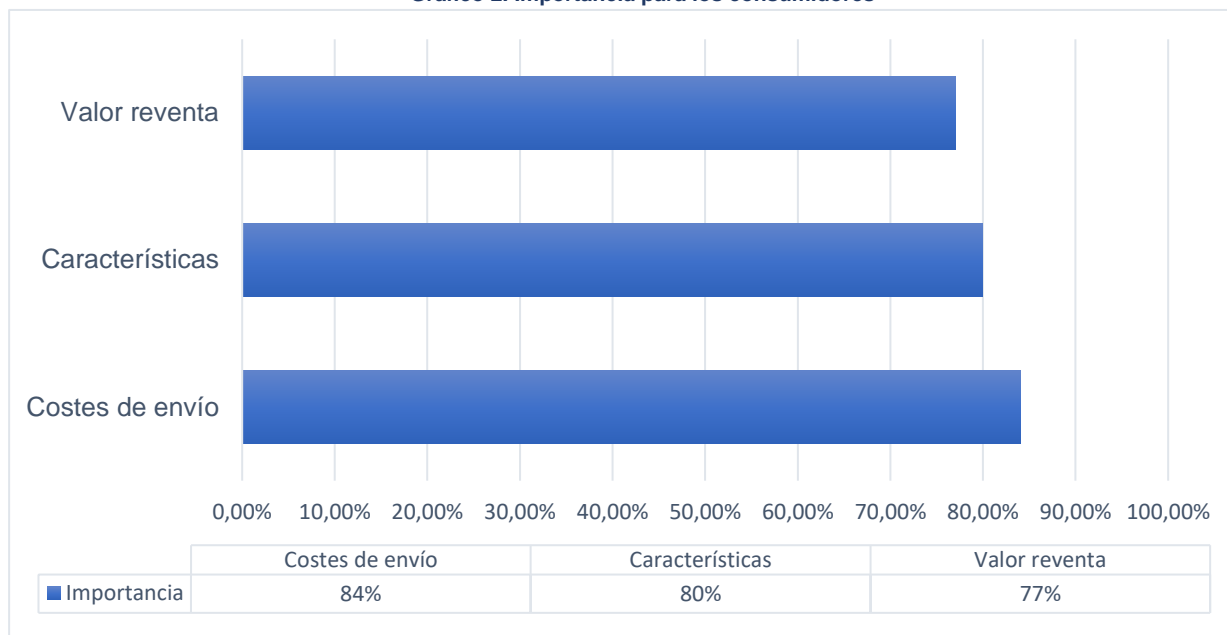
Cuando un usuario se enfrenta a la decisión de si comprar o no eso que está buscando, tiene en cuenta varios aspectos que influyen en la realización de la compra.

La compra en su conjunto suele ser un proceso que lleva un tiempo y por lo general no es un acto impulsivo, lo que hace que los compradores analicen las opciones que tienen entre todas las ofertas que se les presentan y comparen no solo los productos entre sí sino también entre las plataformas que se dedican al mismo sector para ver cuál es la opción que más se adapta a lo que demandan.

Internet les brinda esta posibilidad a los usuarios que dispongan de un dispositivo capaz de conectarse a la red de consumir allí donde quieran y comparar con multitud de plataformas, desde las cuales tomarán su decisión de compra según lo que les ofrezca cada sitio web y se adecúe a los aspectos que tienen en cuenta.

Pero, ¿cuánto influye cada uno de estos aspectos y cuál de ellos tiene mayor importancia para los consumidores? La representación a modo gráfico de la importancia en la compra en cuanto a valor de reventa, características de los productos y costes de envío se refleja de la siguiente manera:

Gráfico 2. Importancia para los consumidores



Fuente: elaboración propia a través de datos facilitados por la OCU.

Podemos ver que, según el estudio de la OCU sobre la compraventa online de ocasión, la mayoría contemplan tres cuestiones principales como son los costes de envío, las características del producto y el valor que alcanzaría en el mercado una vez lo adquieren.

Alrededor del 84% de los consumidores tienen en cuenta como aspecto principal la presencia o no de los gastos de envío en los productos y llega a ser decisivo en muchas ocasiones, es por esto que muchas aplicaciones han incorporado servicios de membresía en los que los usuarios pagan un cargo mensual, trimestral o anual por tener envíos denominados premium o exprés con los cuales pueden recibir el envío en menor tiempo y no tienen que pagar un recargo por él al venir incluido en el precio de la membresía.

Seguido de los gastos de envío encontramos que el 80% lo que buscan son las características en sí de ese producto y el 77% lo que les resulta determinante es el valor de reventa del producto, y es que la revalorización o la reventa como medio para sacar beneficio económico a un bien está muy presente en estos mercados de segunda mano.

#### 6.4. Perfil del vendedor

El perfil del vendedor arrojado en la encuesta de la compraventa de la OCU en 2019 refleja que esta actitud de venta es más frecuente entre las personas de edades comprendidas entre 18-46 años que suponen entorno al 60% del total.

La diferencia entre vendedores y compradores deja ver que hay una mayor demanda que oferta y que la oferta es más variada en cuanto a la edad del vendedor.

Por su parte, los vendedores ponen a la venta unos 6 artículos de media al año estimando unas ganancias medias de 81 euros por cada artículo vendido.

### **6.5. Tipo de vendedor**

En este mercado se identifica a quién se está haciendo la compra ya sea particular o empresa. El estudio sobre la compraventa online de ocasión por parte de la OCU nos ayuda a saber a quién se realizan estas compras, tratándose, un 70% de las ocasiones de ventas entre particulares frente al 25% que son realizadas por empresas o tiendas especializadas en segunda mano y reventa. Hay un 5% de usuarios que no recuerdan o no identificaron por falta de información a quien hacían la compra.

Es un mercado bastante diversificado en cuanto a vendedores, la multitud de particulares que ponen sus productos a la venta crea diversidad de opciones donde poder comparar y a su vez los productos permiten cierta fluctuación en el precio según la negociación que tengan comprador y vendedor, dicha negociación no puede darse cuando la compra se hace a empresas o tiendas especializadas ya que en estas el precio es fijado con antelación por la propia empresa y si se quiere comprar son los consumidores los que han de aceptar el importe en el que han valorado a ese artículo.

### **6.6. Distancia**

Respecto a la distancia a la que se encuentra el vendedor en relación al comprador, los usuarios tienen unas preferencias y la mayoría hacen sus compras a comerciantes de su misma localidad o bien dentro de su comunidad autónoma, siendo mayoritaria la inclinación a comprar dentro de nuestro país, aunque no rechazan la posibilidad de comprar fuera de nuestras fronteras a exportadores externos sin hacer mucha distinción entre si estos pertenecen o no a la Unión Europea.

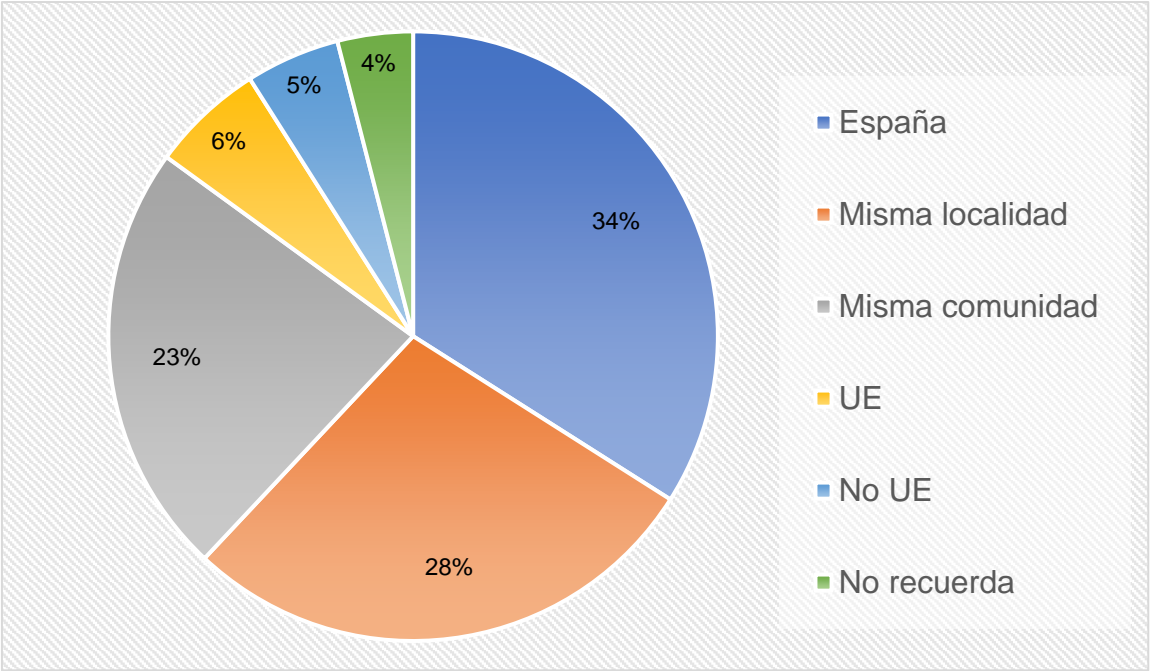
El estudio sobre la compraventa online de ocasión de la OCU refleja que el 85% se decantan por hacer sus compras dentro de nuestro territorio, desglosándose en un 23% de los que compran a vendedores ubicados en su misma comunidad y un 28% en la misma localidad.

De entre los que no encuentran relevante si el vendedor no es nacional, los porcentajes son muy parejos con un 6% que compran a proveedores procedentes de dentro de la Unión Europea, un 5% de fuera de las fronteras de la UE y otro 4% no recuerda la procedencia ni distancia respecto al proveedor.

Podríamos decir entonces que los españoles prefieren comprar en su mayoría (85%) a vendedores nacionales frente al 15% restante que prefieren hacer sus compras fuera del territorio español.

Si nos centramos en las ventas que tienen lugar dentro de nuestro país, la preferencia no se decanta por ninguna de las dos opciones, quedando una diferencia del 5% entre los que prefieren hacer las compras a vendedores de su misma comunidad y los que prefieren hacerlas en la misma localidad, siendo esta última la que mayor porcentaje tiene con un 28%.

Gráfico 3. Preferencias de distancia comprador-vendedor en las ventas de segunda mano en España



Fuente: elaboración propia a través de datos obtenidos de la OCU.

## 7. Artículos

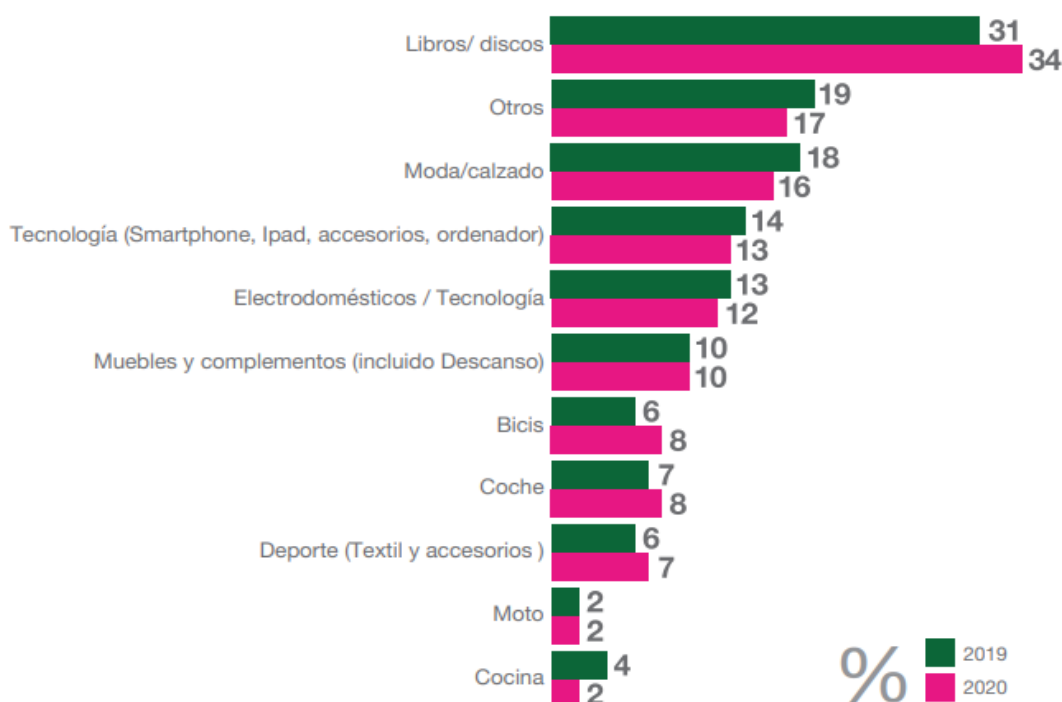
### 7.1. Artículos con más demanda

La venta en los marketplace tiene fluctuaciones a lo largo del año dependiendo de la temporada en la que nos encontremos o las modas que influencien la búsqueda de una categoría en concreto, por ello, es difícil concretar un producto que sea el que mayor demanda tenga en el término del año.

Por otro lado, no está directamente relacionado lo que más se oferta o más anuncios tiene en la página con lo que los usuarios buscan.

Los artículos más comprados en España de segunda mano según la encuesta sobre el dominio de la tienda online en el consumo de 2020 realizada por el Observatorio Cetelem son:

Gráfico 4. Artículos más comprados en España de segunda mano en el año 2019 y 2020.



Fuente: Observatorio Cetelem

El gráfico muestra que los productos como libros y discos junto con el sector de la moda/calzado y tecnología son los que predominaron en el año 2020 con datos que se asemejan a los obtenidos en el año 2019 con especial importancia de los libros y discos encabezando la lista de productos más vendidos.

Aunque no sean las más vendidas, las categorías con más búsquedas son las relacionadas con el mundo de la tecnología e informática. Las que mayores búsquedas abarcan son artículos como smartphones o tabletas inteligentes.

A esta la siguen las de moda y decoración que cuentan con mucho mercado de compraventa donde las tendencias en este caso marcan lo que se hace más popular e influye en los compradores. La moda no cuenta con tanta estacionalidad como son las categorías de decoración, donde la demanda es muy superior en determinados meses con la demanda de electrodomésticos o mobiliario.

En moda, artículos como el calzado cuentan con un amplio mercado, donde es reseñable la oferta y demanda de prendas como zapatillas y accesorios.

La mayoría de los bienes que se venden en este mercado no tienen un valor muy elevado en el mercado, lo que nos ayuda a entender el volumen de ventas realizadas por los vendedores y las ganancias medias por artículo que perciben. Sin embargo, también se da la venta de bienes de un valor mayor, como pueden ser los coches, pero el volumen de ventas es menor si se compara al resto.

Por su parte, la demanda del sector varía en el orden respecto a los productos más vendidos.

En primer lugar encontramos los productos electrónicos, destacando los teléfonos móviles y videojuegos. Son productos que tienden a devaluarse muy rápido desde su salida a precios bastante más elevados, lo que hace que encontrarlos de segunda mano sea una rebaja sustancial en el precio. (Soriano, 2020)

Seguido están los productos de moda, complementos y accesorios deportivos, con un 38% de mujeres españolas las que compran ropa de segunda mano. La tendencia hacia una vida más saludable de los últimos años ha tenido influencia en la demanda de este tipo de artículos. (Soriano, 2020)

Los muebles y la decoración es uno de los sectores más cotizados y uno de los más recurrentes en las búsquedas de segunda mano. Para la gente joven es la oportunidad perfecta para encontrar muebles básicos y funcionales que se ajusten a su presupuesto. (Soriano, 2020)

Por último, se sitúa el entretenimiento, dentro del cual destacan artículos como los libros y la música, son productos en los que cabe la posibilidad de reutilizarlos un número elevado de veces. Contrasta con la primera posición en los productos más vendidos en el

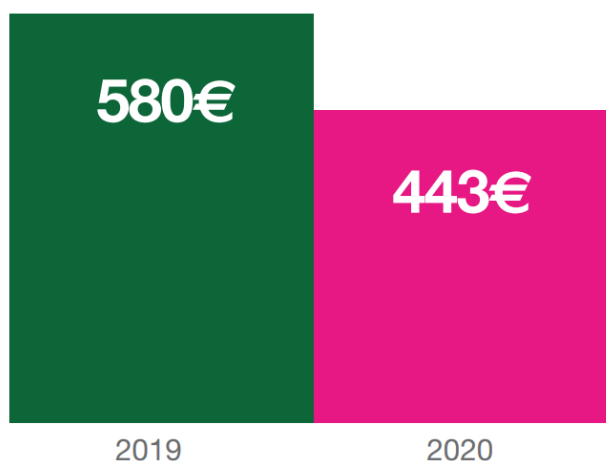
año 2020 y 2019 siendo la categoría que menos demandan los compradores. (Soriano, 2020).

## 7.2. Presupuesto utilizado

El presupuesto que de media gasta un consumidor según el estudio de la compraventa online de ocasión de la OCU en 2019, se ha fijado en los 63 euros de media por producto y 6 productos de media. Si nos fijamos en los productos de la lista, este dato es entendible ya que son más económicos los artículos demandados para el entretenimiento que si lo comparamos con el mundo del automóvil, por ejemplo.

Complementariamente con el estudio del Observatorio Cetelem sobre el dominio de la tienda online en el consumo de 2020 aporta que el gasto medio en el mercado de segunda mano en el año 2020 ha sido de 443€, con los jóvenes como grupo de edad (de 18 a 24 años) con mayor gasto medio alcanzando los 662€.

Gráfico 5. Gasto medio por persona en segunda mano en los años 2019 y 2020



Fuente: Observatorio Cetelem.

Haciendo la comparativa con el año 2019, el gasto medio se ha reducido en un 24% ya que en el 2019 los consumidores destinaban de media 580€ a compras de segunda mano.

## 7.3. Medio de pago

El método de pago utilizado en la compraventa de segunda mano como resultado obtenido a través del estudio de la compraventa online de ocasión de la OCU (2019) es en un 48% el pago en metálico dando el dinero directamente al vendedor una vez se ha entregado el bien.

El otro 52% son por medios telemáticos que permiten realizar transacciones de forma segura ya sea desde aplicaciones de los propios bancos u otras que ofrezcan garantías en el pago como es Paypal.

La elección del método de pago varía así mismo dependiendo el marketplace que se utilice, algunos como Ebay y Amazon, por ejemplo, no permiten el pago en metálico y no la dan como elección a la hora de realizar el cobro, dando como opciones el pago a través de Paypal, transferencia bancaria y pagos bancarios a través de tarjetas de crédito y débito.

## **8. Plataformas digitales dedicadas al mercado de segunda mano**

Para el estudio de las plataformas digitales dedicadas al mercado de segunda mano abarcaremos las que mayor uso tienen en el territorio nacional y son más conocidas, centrándonos en las más destacables y que, dentro de este mercado de segunda mano, disponen de categorías que facilitan un mercado más generalista como son Wallapop, Amazon, eBay, Milanuncios, Vibbo, Facebook, Vinted, Cash Converters y Letgo.

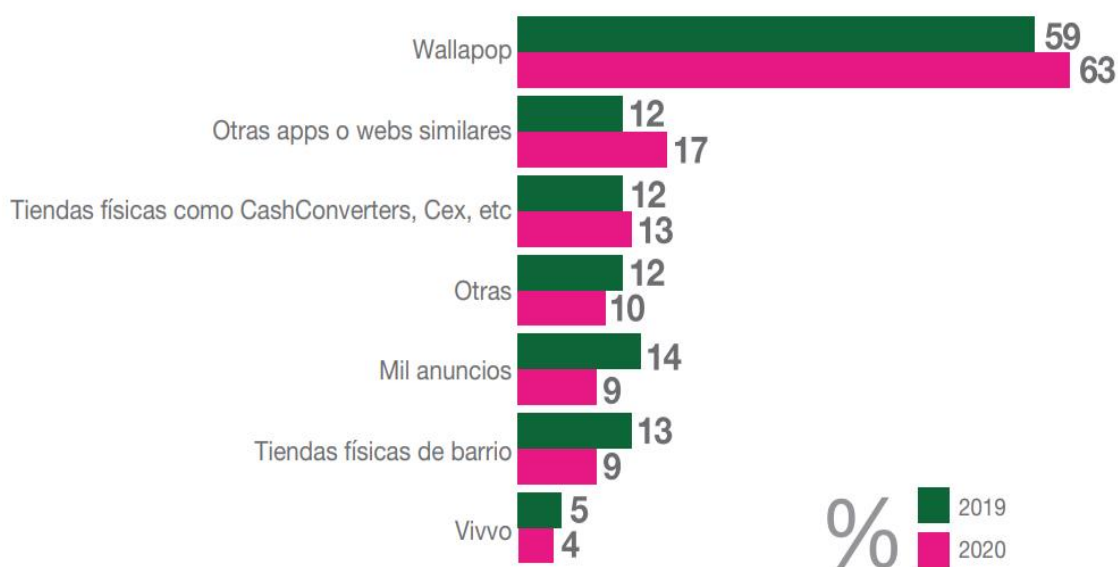
### **8.1. Plataformas actuales**

En este apartado analizaremos las principales plataformas y abarcaremos su funcionamiento, principales características y singularidades de cada una.

Según el estudio del Observatorio Cetelem sobre el dominio de la tienda online en el consumo de 2020 los españoles optan por la plataforma de Wallapop como opción principal a la hora de adquirir productos de segunda mano con un dominio claro sobre las demás, alcanzando el 63% y aumentando un 4% respecto al año 2019 seguido del uso de las demás aplicaciones que ofrecen estos servicios.



Gráfico 6. Procedencia de las compras online de segunda mano



Fuente: Observatorio Cetelem.

Debemos tener en cuenta que a lo que se dedican estas plataformas es a prestar sus servicios a los usuarios para poner en contacto al comprador y al vendedor acordando entre ellos la forma, precio, lugar y modalidad del intercambio.

“Cuando se compra un producto de segunda mano, se está adquiriendo algo que ya ha sido usado por otra persona. En función de la calidad de fabricación del producto y del trato al que haya sido sometido durante el uso que le ha dado la primera persona propietaria, merecerá la pena pagar hasta una cantidad de dinero máxima. La clave en segunda mano es determinar el valor real del bien, para fijar una cantidad de dinero que haga que merezca la pena comprar el producto.” (ING, 2013)

En algunas ocasiones estas aplicaciones tienen servicios especiales como destacar los anuncios de los vendedores para que sean más visibles y sean más perceptibles para un potencial consumidor que los del resto. Los marketplace que prestan estos servicios, según su modelo de negocio, cobran un recargo a los usuarios por gestionar la compraventa a través de estas, y, en el caso de que exista algún recargo adicional para los compradores, este suele ser el de los gastos de envío que se cobran conjunto al importe del producto, pero viene detallado aparte, quedando ambos usuarios informados del cobro. Esto se valora en gran medida por los usuarios que adquieren bienes de segunda mano ya que si al producto que van a comprar le han de sumar el importe de los gastos de envío, aumenta el valor general de lo que van a adquirir y tal vez no les

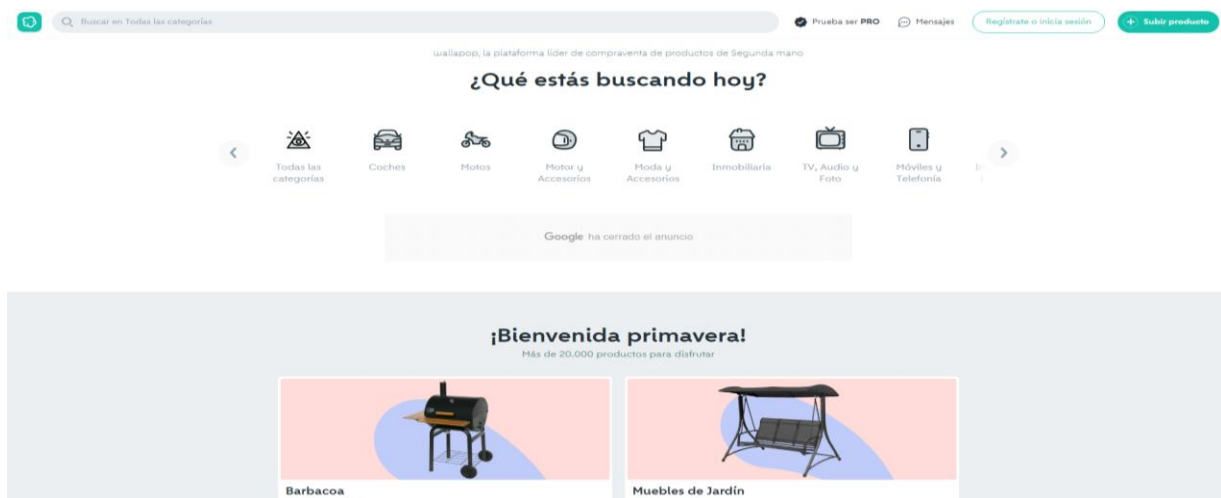
compense optar por buscarlo en el mercado de segunda mano y tomen la decisión de comprarlo de primera mano.

## Wallapop

En los últimos años hay una aplicación que ha tenido más auge y se dedica al mercado de segunda mano generalista, abarcando desde productos como pueden ser textiles o decorativos hasta coches o motocicletas, constatando como la opción prioritaria en el uso de aplicaciones destinadas al comercio de segunda mano según el estudio del Observatorio Cetelem sobre el dominio de la tienda online en el consumo de 2020.

Esta aplicación es Wallapop, es una empresa española creada en el año 2013 dedicada al comercio de segunda mano en general, donde, a través de su aplicación, sobre todo, los vendedores publicitan sus anuncios para que los compradores puedan buscar lo que necesitan ayudándose de los filtros que la aplicación pone a su disposición. Ofrece múltiples categorías con más de 20 secciones donde la variedad es muy amplia (textiles, coches...) llegando incluso a ofrecerse materiales de construcción u ofertas de empleo.

Ilustración 2. Página web principal Wallapop.



Fuente: Wallapop

La aplicación pone a nuestra disposición una interfaz desde donde filtrar según los criterios de búsqueda que creamos convenientes o a través de palabras clave.

Cuando localizamos un producto que nos gusta, lo marcamos, y eso nos llevará al anuncio concreto. En éste podremos consultar las cuatro fotos, la descripción y si hay algún extra marcado. Por último, tenemos la opción de abrir un chat para poder contactar directamente con el vendedor. (Molina, 2017)

Como funcionalidades complementarias, Wallapop permite destacar los anuncios a los vendedores a cambio de una tarifa. Un anuncio destacado en una gran ciudad cuesta

1,99 euros por 24 horas. Cuando se hace uso de este servicio el producto aparece destacado automáticamente por encima de los demás. El tamaño del anuncio es superior y presentan distintas opciones, como la opción de marcarlos como favoritos o de abrir un chat sin tener que acceder previamente al detalle del anuncio. (Hill, 2019)

En los anuncios no aparecen teléfonos ni correos electrónicos, así que la única manera de contactar con el anunciante es escribiéndole un mensaje por el chat. Eso sí, una vez en el chat, sí podéis intercambiar números de teléfono por si queréis hacer la comunicación más ágil. (Molina, 2017)

Es un sistema basado en la geolocalización y ofrece también filtros según la distancia con respecto a la ubicación del comprador para ayudar a encontrar de forma más precisa y cómoda lo que los usuarios demandan. Esto hace que el precio del bien no se incremente por los gastos de envío puesto que, si la distancia entre comprador y vendedor no es muy grande, los intercambios se hacen de forma presencial, pudiendo el comprador ver lo que está a punto de comprar antes de hacer el pago en la mayoría de las ocasiones, aunque sí disponen de servicio logístico para realizar envíos si la distancia es mayor o si así lo quieren acordar ambas partes.

No obstante, recientemente Wallapop ha implementado un servicio de envíos propio para las ocasiones en las que la distancia sea mayor o sencillamente para que el intercambio cuente con un nivel de seguridad mayor para los usuarios de la aplicación, garantizando que el vendedor va a recibir el dinero.

Este servicio es Wallapay “con este sistema, los compradores pueden incluir su tarjeta de crédito y dejar el pago hecho al instante” y es usado independientemente de si la compraventa es de forma presencial o es un envío a una distancia mayor. Lo que tiene que hacer el vendedor es ingresar su cuenta bancaria los fondos vinculando la cuenta bancaria del usuario, quedando reflejada la transacción y con un historial en caso de que haga falta para posibles reclamaciones. El coste de este servicio varía en función del precio del artículo que vaya a vender. (Molina, 2017)

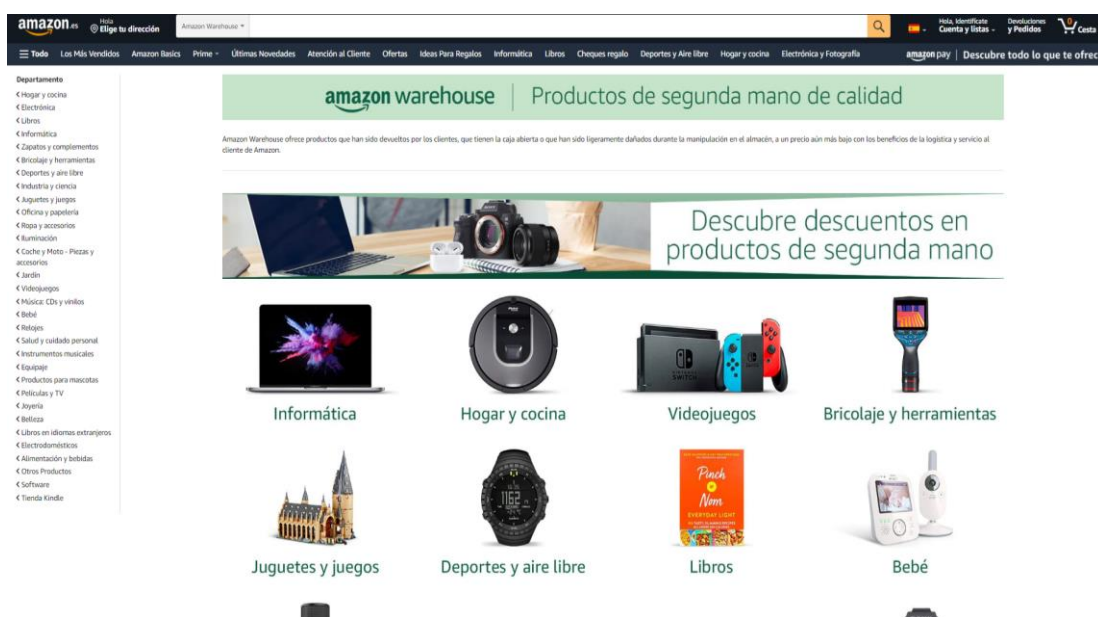
A través de Wallapop se puede acordar realizar un envío por si la distancia entre usuarios es mayor. La propia plataforma gestiona de forma automática registrando el pago de forma segura con Wallapop Protect y envía un correo al usuario indicando el número de envío que ha de presentar en Correos en un plazo máximo de 5 días.

## Amazon

Amazon, empresa estadounidense creada en el 1994, lidera esta comparativa, pero hay que tener en cuenta que su alcance y volumen de negocios es mucho mayor, llegando a superar los cien mil millones de volumen trimestral en el cuarto trimestre de 2020. Se dedica al comercio de toda gama de productos y es una de las primeras en dedicarse a la venta de bienes a través de plataformas digitales.

Amazon no dedica su negocio principal al mercado de segunda mano, cuenta con un marketplace llamado Amazon Warehouse donde ponen a la venta productos reacondicionados que evalúan ellos mismos el estado en los que los reciben ya que muchas veces son devoluciones de los productos que ofrecen en la página principal de Amazon y los consumidores han decidido ejercer la opción de devolución que ofrece la empresa. El valor de los artículos, según la valoración que se les dé, difiere del precio original marcado, llegando incluso hasta reducirse hasta la mitad en algunas ocasiones.

Ilustración 3. Página Web principal Amazon Warehouse.



Fuente: Amazon Warehouse.

En Amazon Warehouse dividen su catálogo de productos según la valoración de su estado tras recibirlos. Estas valoraciones para los productos reacondicionados son:

**Usado – Como Nuevo:** Donde el producto como indica estará como si fuese adquirido por primera vez y los defectos que nos podemos encontrar son en el embalaje exterior, el cual habrá sido abierto, sin embargo, el artículo como indican funciona y tiene todos los accesorios originales en el interior. (Amazon, 2019)

**Usado – Muy bueno:** En esta valoración, según expresan en Amazon, ya se habrá usado brevemente el artículo, pero seguirá funcionando en perfectas condiciones, aunque puede presentar algunos defectos en el mismo a nivel estético como pueden ser arañazo o rozones además de haber sido empaquetado de nuevo en un envoltorio que puede no ser el original o faltar alguno de los accesorios que incluía. (Amazon, 2019)

**Usado – Bueno y Usado – Aceptable:** Con una valoración una menor que la otra y ambas menores que las dos principales. El precio del artículo en estas dos es donde más varía y más descuentos pueden presentar, vinculado directamente al estado en el que nos vamos a encontrar el bien, que nunca será en malas condiciones ya que los trabajadores encargados de este procedimiento en Amazon se encargan de revisarlos. Los desperfectos pueden haber sido causados en el transporte o por los primeros adquirientes, presentando arañazos o rozones de mayor profundidad y medida, la falta de accesorios o en el peor de los casos algún componente o pieza mal ensamblada que hace necesaria la compra de una nueva para que funcione al cien por cien. (Amazon, 2019)

Cualquiera que sea la calificación obtenida, el comprador sigue disfrutando de la garantía ofrecida por Amazon y el derecho de devolución existente. (Amazon, 2019)

Amazon cobra a los vendedores que publicitan una cuota fija mensual para que puedan hacer uso de su plataforma y vender a través de ella. (Amazon, 2019)

En función de la calificación obtenida, el precio de los artículos variará viéndose reducido por su clasificación de los productos Warehouse, manteniendo en todo caso el derecho a devolución bajo las condiciones establecidas por Amazon. Los productos disponibles en Amazon Warehouse son únicos (unidades que han sido empaquetadas de nuevo), por lo que no pueden ser reemplazados y en el caso de ejecutar la opción de devolución, se reembolsará el importe en lugar de hacer un cambio de producto. (Drita, 2020)

Los anuncios son idénticos a los presentes en la página principal de la compañía, en los cuales con la búsqueda previa con ayuda de los filtros de los que dispone, se presenta el anuncio del artículo en forma de lista con un título, foto y descripción junto con el precio. A la derecha del anuncio hay información referente a la disponibilidad, fecha de entrega y opciones de envío. Si el usuario quiere comprar ese producto, solo debe añadirlo al carrito y finalizar la compra.

Si un vendedor supera los 40 artículos vendidos al mes debe pagar a Amazon una cuota fija mensual de 39 euros, a lo que hay que añadir una tarifa por referencia que varía en función de la categoría del producto. Complementariamente, los vendedores disponen de la opción de recurrir a la logística de Amazon para gestionar sus productos y

depositarlos en sus almacenes, aumentando el coste, pues la empresa se hace cargo del proceso completo de envío a cambio de una tarifa de gestión logística y de almacenamiento. (Ionos, 2019)

En contraste con las demás de esta comparativa Amazon tiene una red de distribución mucho mayor que las otras y acuerdos con empresas de reparto, lo que hace su logística más sofisticada y desarrollada, permitiendo que los bienes que son vendidos a través de su página web cada día tengan tiempos de entrega mucho menores y no sean los propios vendedores quienes entregan el producto a quien los compra sino que todo se gestiona de forma automática con las direcciones de entrega que facilitan los clientes. Los tipos de envío que ofrece la compañía oscilan en función de los días de entrega que se demoren y lo que el cliente esté dispuesto a pagar por recibirlos antes en su domicilio. Cuenta con un servicio denominado Amazon prime en el cuál por el pago de una membresía los usuarios disponen de envíos denominados premium.

### **EBay**

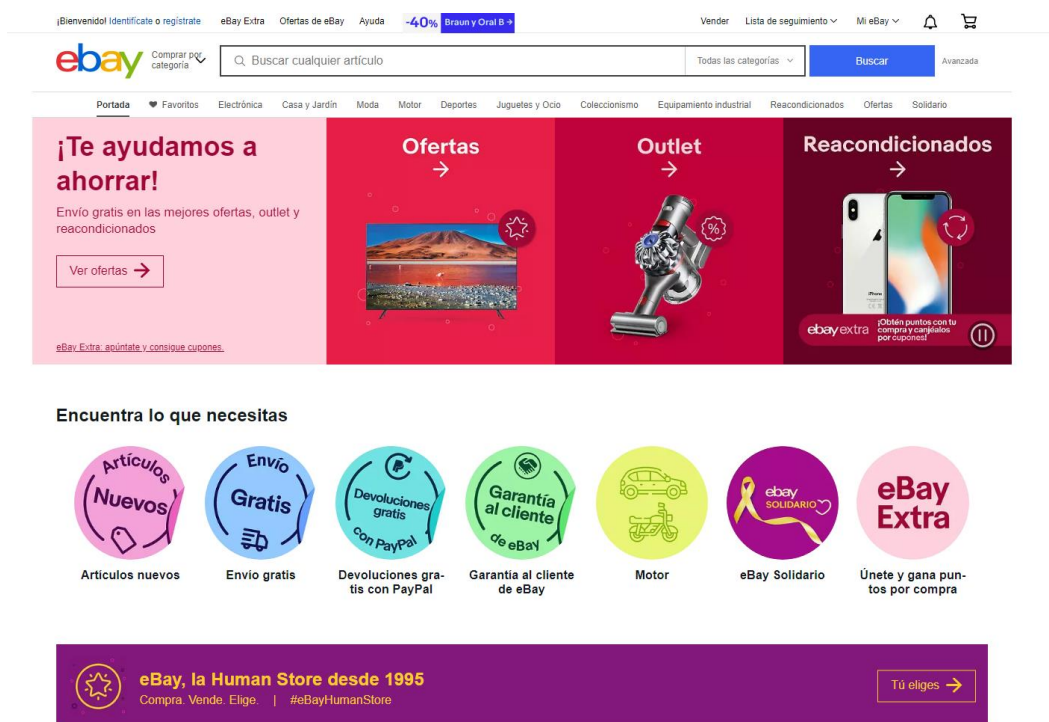
EBay se creó el 3 de septiembre de 1995, empresa que cuenta con un recorrido mucho mayor que Wallapop.

Vende productos igual que las otras empresas y también tiene disponible una modalidad distinta de ventas original de eBay que es la subasta, de forma que los vendedores presentan los artículos durante un periodo de tiempo limitado mediante anuncios a través de los cuales los compradores potenciales hacen sus apuestas. Al usuario que haya apostado una suma mayor por un anuncio determinado se le adjudica el producto al terminar el periodo de exposición de este. No obstante, los comerciantes prefieren vender sus productos con un precio fijo. (Ionos, 2019)

Una vez vendido, “la comisión por venta realizada variable será del 11,5% sobre la parte del importe total de la venta hasta 2000 EUR y del 2% sobre la parte del importe total de la venta que supere los 2000 EUR”. (EBay, 2021)

EBay ofrece también una multitud de categorías distintas y en los últimos años ha incorporado la venta de productos nuevos asemejándose más a Amazon.

Ilustración 4. Página Web principal eBay



Fuente: eBay

Para vender a través de la página se puede optar por la creación de una tienda, partiendo de la tarifa de suscripción mensual por 19.95.

Cada mes podrás crear hasta 50 anuncios gratis o incluso más si tienes una tienda eBay, solo pagarás tarifas de publicación una vez que hayas agotado la asignación mensual y quieras poner en venta más artículos. Todos los anuncios que crees después de alcanzar el límite mensual te costarán 0,35 EUR. Se aplican tarifas distintas a los anuncios creados en la categoría Coches y Motocicletas. (EBay, 2021)

“Cuando se venda tu artículo, pagarás un 10% del precio de venta final, sin incluir los gastos de envío y de manipulación. Esto es lo que llamamos comisión por venta realizada. Las comisiones por venta realizada tienen un límite, de modo que nunca pagarás más de 200 EUR por artículo, independientemente de cuál haya sido el precio de venta final. Se aplican comisiones distintas a los anuncios creados en la categoría Coches y Motocicletas.” (EBay, 2021)

La plataforma pone a disposición de los vendedores la posibilidad de mejora de su anuncio aplicando unas tarifas en virtud de la manera en que quieran mejorarlo. El servicio parte desde añadir más fotos al anuncio (gratis), hasta servicios de pago como añadir un precio “¡Cómpralo ya!” (0,35€) o programar el anuncio (0,20€).

La página presenta una primera visualización de las ofertas del día con enlaces a los productos junto con sus precios.

Se puede filtrar por categorías y a través del buscador. Una vez en el anuncio deseado, nos encontramos con el título donde se anuncia el artículo junto con una o varias fotos, el estado (nuevo, nuevo: otro, usado y para desguace o que no funciona), el precio y la opción para comprar o añadir al carro. A la derecha del anuncio nos facilitan la información y valoración del vendedor.

Como métodos de pago ofrece el pago a través de tarjetas de crédito y débito, Apple Pay, Google Pay y PayPal. EBay facilita la evaluación de las transacciones permitiendo a los usuarios valorar estas con un sistema de puntuación.

## Milanuncios

Milanuncios, creada en 2005, se dedica de igual manera a ofrecer sus servicios para que se produzca la compraventa de bienes. Entre sus categorías podemos encontrar la misma variedad que en Wallapop, donde su gama va desde objetos físicos hasta ofertas de empleo.

Ilustración 5. Página Web principal Milanuncios.



Fuente: Milanuncios

Cuenta con un diseño simple sin muchas variaciones desde su inicio en 2005 hasta 2020 con la incorporación de una nueva funcionalidad para pagar artículos y gestionar



envíos. Este servicio es Milanuncios Express y se trata de un acuerdo junto con SocialPay encargada de gestionar los pagos de forma segura entre particulares y contando con los servicios logísticos para repartir de SEUR. Gracias a estos acuerdos, tras la negociación de compraventa entre los usuarios de la plataforma, un mensajero recoge el paquete en la dirección proporcionada por el vendedor y lo entregara al comprador, dando como seguro al comprador la retención del pago hasta una vez que lo haya recibido y compruebe que todo está correcto. (Rocamora, 2020)

A Milanuncios Express hay que sumarle la nueva creación de Milanuncios Pro donde los vendedores profesionales pueden poner con la ayuda de esta herramienta de gestión y publicación sus anuncios en la plataforma. Se basa en una mejora en cuanto a la visualización de los anuncios por los usuarios, dotando de más posibilidades para adjuntar un mayor número de imágenes a las publicaciones, aumentar su visibilidad y contar con el sello de verificación de la plataforma. (Rocamora, 2020)

En Milanuncios los vendedores publicitan lo que ofrecen con una descripción breve con las características y el precio, que puede ser acordado entre las partes y una vez llega el anuncio a los demás usuarios de la aplicación si estos están interesados en él, son los encargados de ponerse en contacto con el anunciante para llevar a cabo el acuerdo. Las ofertas publicadas caducan entre los 30 y 60 días. Los compradores también pueden publicar anuncios con lo que están demandando y así los vendedores se ponen en contacto con ellos.

Para insertar anuncios en el portal el anunciante ha de completar el formulario de "Publicar Anuncios". Con el correo electrónico que ha facilitado el anunciante en la inserción del anuncio y la clave de acceso, el anunciante puede acceder al área "Modificar mis Anuncios" para modificar, renovar o eliminar sus anuncios y consultar los mensajes que han llegado como respuesta al anuncio en forma de correo electrónico. (Milanuncios, 2019)

La página ofrece a sus usuarios la funcionalidad de destacar los anuncios para que aparezcan más arriba en la lista de anunciantes, esto lo hacen mediante el sistema de servicio de destacados, es un servicio que sube tu anuncio a las primeras posiciones con la frecuencia que tú eliges por encima de los anuncios renovados o nuevos lo que aumenta la visibilidad considerablemente.

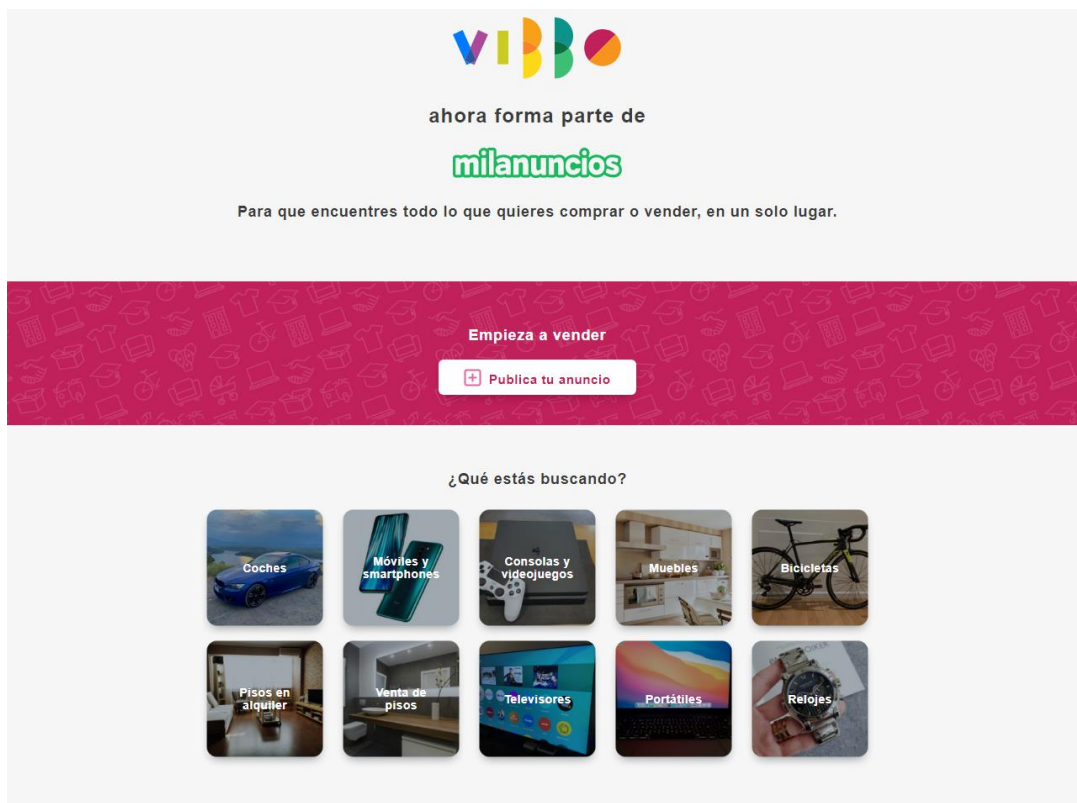
Los créditos pueden ser adquiridos a razón de 0,10 euros por crédito (impuestos aplicables incluidos). Cada vez que el anuncio se destaca se consume una cantidad de créditos que depende de la categoría en la que esté publicado el anuncio. (Milanuncios, 2019)

Una vez se haya realizado la compra de algún artículo a través de la aplicación, el usuario que lo haya adquirido tendrá disponible un sistema de valoración donde puntuará desde su experiencia al otro usuario encargado de la venta.

## Vibbo

Vibbo es una plataforma creada en 2015 que actualizaba el nombre a la página llamada anteriormente Segundamano.es y que recientemente ha sido incorporada junto a otra compañía de este estudio como es Milanuncios para ofrecer unos servicios más completos e integrados que hacen la experiencia del usuario mucho más simple y a su vez más completa, con un aspecto mucho más visual y actualizado.

Ilustración 6. Página Web principal Vibbo



Fuente: Vibbo

La comunidad que se consiguió reunir antes del cambio de nombre cuando la página se llamaba Segundamano constituye una base de datos y unos usuarios ya consolidados de la plataforma que hace que pese a que haya variado en estos años cuente con una presencia importante en este mercado. Cuenta con más de 77 categorías donde se ofertan multitud de anuncios diferentes. Vibbo cuenta con una gama de hasta tres millones de productos ofrecidos a los más de 10 millones de usuarios.

Vibbo se asemeja en funcionamiento a Wallapop, mejorando a este último permitiendo incorporar hasta 10 fotos por anuncio. En la plataforma hay gran variedad de

anuncios de todo tipo con la posibilidad de filtrar por categorías. El sistema de posicionamiento de los anuncios de Vibbo, a diferencia de Wallapop, no permite destacar publicaciones a cambio de una tarifa y se presentan en función de la cercanía entre los usuarios, siendo estos los que tienen que entablar una conversación para acordar como se va a realizar el intercambio con la posterior valoración. A diferencia de Wallapop, Vibbo no permite destacar mensajes a cambio de una tarifa.

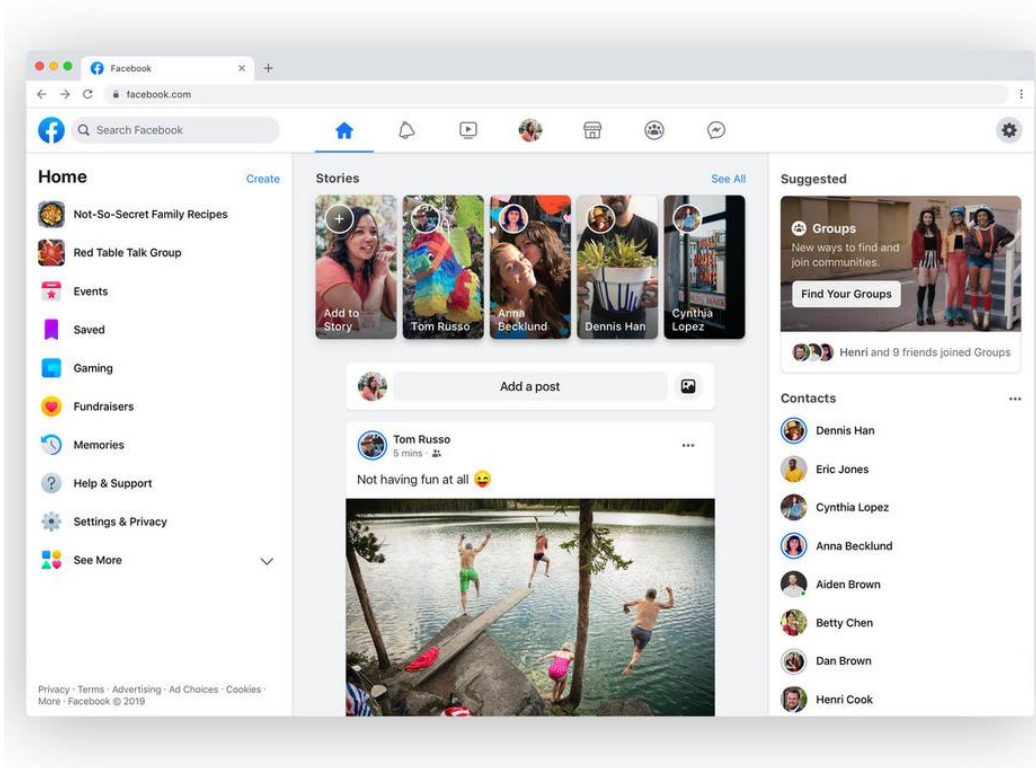
Los pagos se pueden efectuar a través de tarjeta de crédito o Paypal. Para garantizar una transacción segura, Vibbo cobra una comisión del 3€ al vendedor y 4,90€ al comprador en concepto de gastos de envío (peso máximo 3kg). (Vibbo, 2019)

## Facebook

Facebook es una red social creada en el año 2004 en Estados Unidos, incorporando Facebook Marketplace en el año 2007.

Es la red social con más usuarios a lo largo del mundo, “la red social de Mark Zuckerberg ha logrado obtener 2.740 millones de usuarios en enero de 2021”. (Galeano, 2021)

Ilustración 7. Página Web principal Facebook



Fuente: Facebook

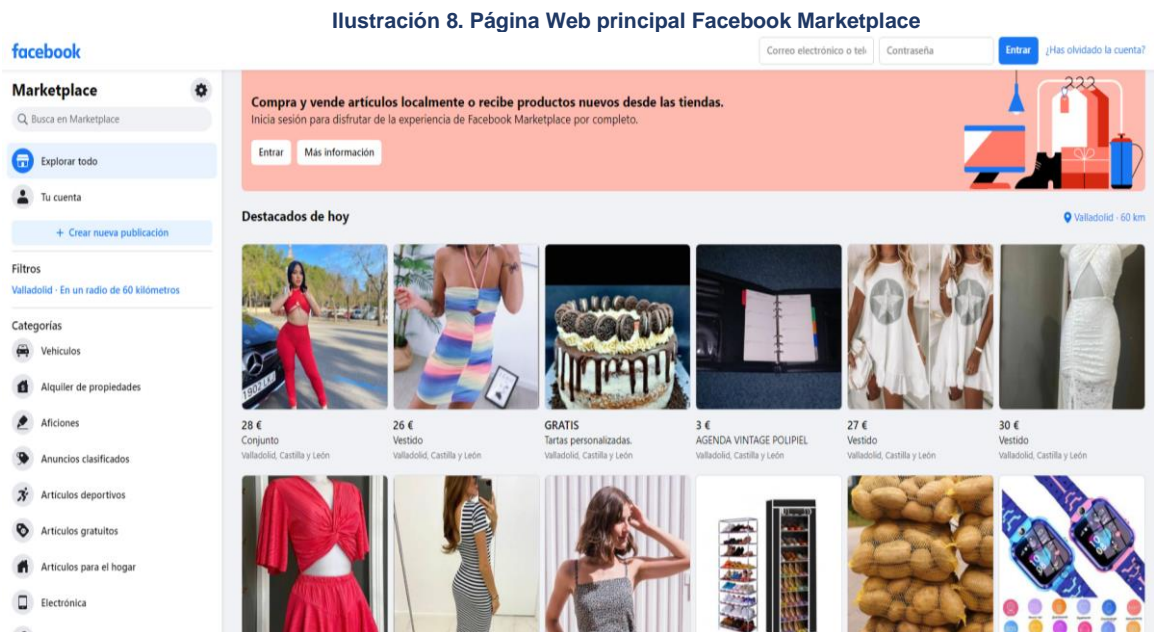
Esto hace que las visualizaciones de los posts que se publican en ella tengan mucha repercusión y muchas empresas han decidido publicar anuncios de sus productos para llegar a toda la clientela que hay detrás de las pantallas de los dispositivos, y, por tanto, el mercado de segunda mano también sale beneficiado.

Los grupos de Facebook son un buen sitio para conocer a otras personas con los mismos gustos, pero también el sitio perfecto para poner un mercadillo de segunda mano. Según los datos que aporta la red social de Mark Zuckerberg, más de 450 millones de usuarios entran en estos sitios para ver si encuentran algún objeto que les interese, aunque ya esté usado, y por fin ya tienen un sitio más acorde a sus necesidades. Esta nueva característica disponible en la app para smartphones aparecerá al acceder al icono de compras. (Domínguez, 2016)

Con la herramienta de creación de grupos para personas interesadas en un mismo tema, la principal diferencia con los grupos estándar es que los de compraventa tienen una sección especial para los anuncios que puede consultarse aparte del resto de actividad del grupo y un botón de «Vender» para publicar tu producto. (Chicageek, 2017)

El funcionamiento es muy sencillo. Todo lo que quieras vender deberá ir acompañado de una imagen, así que saca tu móvil y envía unas fotos de que aquello que quieres vender. Después deberás añadir datos como tu ubicación, categoría del objeto, una descripción y un precio estimado. En el lado del comprador te aparecerán todos los objetos que hay a la venta cerca de tu ubicación y su precio. Si no te convence nada del escaparate también puedes utilizar el buscador para encontrar aquello que quieres. (Domínguez, 2016)

El siguiente paso es ponerse en contacto con el vendedor, a quien debes escribirle para que sepa que estás interesado. No olvides que esta nueva función de Facebook es un 'mercadillo' de segunda mano, lo que quiere decir que puedes negociar el precio si el oferente está dispuesto. (Domínguez, 2016)



**Fuente: Facebook**

Junto con la posibilidad de los grupos, la propia plataforma desarrolló Facebook Marketplace con funcionalidades mezcladas entre eBay y Wallapop para dar soporte al comercio local. Consiste de un servicio donde la oferta y demanda de un lugar específico tienen cabida para interactuar entre sí. Ofreciendo tanto objetos personales como permitiendo a los emprendedores y a pequeños comerciantes poner a la venta sus productos, ya sea de una tienda online, servicios profesionales para el hogar o el alquiler de un piso. (Miller, 2020)

Los envíos en Facebook Marketplace varían dependiendo de la zona en la que se encuentre el comprador, informando la propia página sobre si el usuario tiene disponible la opción de pago con envío.

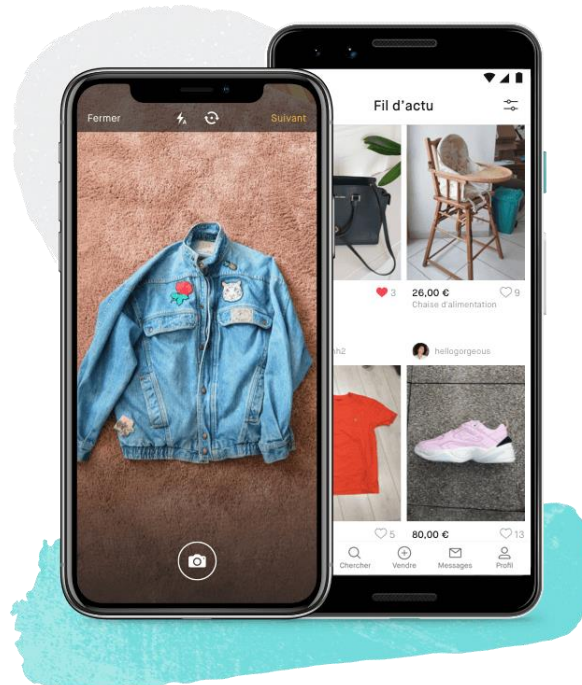
Los anuncios que encontramos se tratan de una imagen en la que se presenta el artículo acompañado en el cuerpo inferior del anuncio del precio y descripción. El proceso de compra es idéntico al de Wallapop, por ejemplo. La propia página web recomienda hacer pagos en efectivo en la medida de lo posible.

## **Vinted**

Vinted es una plataforma dedicada a la venta de segunda mano en el mundo de la moda, fue creada en 2008 como prototipo de aplicación de compraventa de ropa para mujeres y en 2012 lanzaron la aplicación móvil junto con la asesoría de desarrollo de aplicaciones Lemon Labs. El volumen de negocio y valor que ha alcanzado la compañía (1000 millones de euros) hace que, pese a no estar enfocado en un mercado de segunda

mano generalista, haya reunido los suficientes méritos como para incluir a esta en el estudio.

**Ilustración 9. Imagen aplicación Vinted móvil**



**Fuente: Vinted**

“Es un servicio de intermediación de alojamiento web que ofrece servicios que facilitan transacciones, un lugar de intercambio virtual, denominado el sitio web, un catálogo sistematizado y un foro. Los usuarios pueden publicar sus artículos en el Catálogo correspondiente del sitio web, intercambiar, comprar o vender artículos, usar los servicios Integrados de pago y envío, comunicarse con otros usuarios mediante el envío de mensajes privados, comunicarse a través del foro y usar otros servicios adicionales ofrecidos por el sitio web. Vinted no participa en ninguna transacción entre usuarios.” (Vinted, 2021)

Vinted ofrece una búsqueda detallada para que puedas buscar ropa, complementos y hasta maquillaje de forma rápida. En la sección para buscar existen varias categorías que cada vez van especificando más el tipo de producto que el cliente quiere. (Priego, 2020)

Una vez profundizado lo suficiente, la aplicación sigue ofreciendo nuevos parámetros a partir de filtros que permiten encontrar ofertas que se sitúan en un rango de precios, tallas determinadas, marcas o colores. (Priego, 2020)

Cuando hayas encontrado la prenda que encaja con tus gustos, deberás contactar con el vendedor para determinar los detalles y resolver las dudas que tengas. (Priego, 2020)

En la venta se ofrece automáticamente al comprador hacer el uso del servicio integrado de pago y envío con el que los cargos de la protección al comprador se aplican a la transacción y además acepta la oferta del vendedor al hacer clic sobre “pagar ahora”. Tanto el comprador como el vendedor reconocen que el contrato es legalmente vinculante para la compra de bienes y que representan un compromiso de ambas partes para ejecutar el contrato con el vendedor en las condiciones de la oferta. (Vinted, 2021)

En cuanto al pago, se puede realizar de forma segura a través de PayPal, tarjeta bancaria o saldo Vinted. Gracias al seguimiento de los paquetes, estarás informado en todo momento de su estado y en cuestión de poco tiempo lo tendrás en tus manos. (Priego, 2020)

En caso de que una vez recibido el pedido el artículo no cumple con la descripción facilitada por el vendedor o ha sufrido algún daño, el comprador tiene dos días hábiles a partir de la fecha de entrega del artículo para informar a la compañía en la ventana de transacción con el vendedor. Esto retiene la totalidad del precio de compra y empieza el proceso en el que el comprador y vendedor pueden solucionar la situación por su cuenta e informar a Vinted de la decisión conjunta. Si no se llega a un acuerdo, deben adjuntar pruebas a Vinted para la resolución del caso. (Vinted, 2021)

Los servicios de envío utilizados pueden ser empresas especializadas en logística como DHL, Correos, Mondial Relay, etc. a través de las cuales se facilitará al vendedor las instrucciones de envío y empaquetado. El vendedor puede elegir utilizar un envío individual y personalizado en el que será el responsable de determinar todo lo correspondiente al envío. (Vinted, 2021)

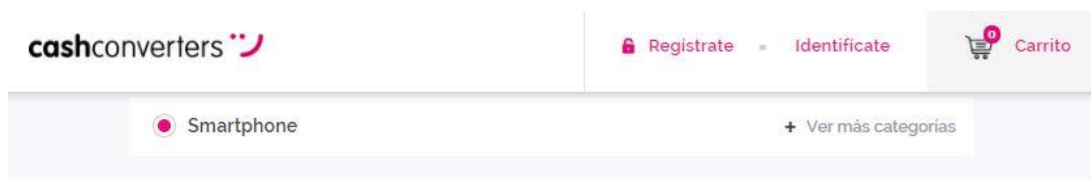
Vinted cuenta con una fuente de inversión de grandes capitales lo cual ha conllevado que en el año 2019 comprase a la empresa española Chicfy dedicada al mismo grupo de vendedores de segunda mano del mundo de la moda, actualmente cuenta con más de 25 millones de usuarios a lo largo de todo el mundo.

### **Cash Converters**

Es una empresa que combina el modelo online con puntos de venta físicos a través de tiendas en todo el país. Su modelo de negocio es la compra de objetos que ya han sido utilizados y la reventa de los mismos.



Ilustración 10. Página Web principal Cash Converters



### Tasa tu artículo en 4 sencillos pasos

① CARACTERÍSTICAS

Indique marca	Indique modelo
<input type="text" value="Selecciona una opción"/>	<input type="text"/>
Indique contraseña	Indique el numero de pulgadas (")
<input type="text"/>	<input type="text" value="0,01"/>
Indique el numero de capacidad (GB)	Indique imei
<input type="text" value="0,01"/>	<input type="text"/>

Fuente: Cash Converters

Cuenta con un gran volumen de negocio y presencia a nivel global, además de una amplia trayectoria, Cash Converters tiene origen en Australia en el año 1984. A finales de 1995 se estableció en Barcelona la primera tienda Cash Converters de España, actualmente la compañía cuenta con más de 80 establecimientos que son visitados por unos 20 millones de personas cada año. (Regidor, 2013)

Cash Converters dispone de página web propia donde sus usuarios pueden tanto comprar los productos que están en el catálogo como de vender sus propios productos a la propia página de Cash Converters a cambio de una cantidad de dinero fijada según los criterios de aspecto, utilidad y presencia o no de complementos, los usuarios tienen a su disposición un sistema de tasación en la página web donde de forma intuitiva ingresan una serie de datos del producto que quieren vender.

Los productos que venden los dividen según el estado en el que se encuentra, estos son:

**Perfecto estado:** Los artículos con estado “Perfecto estado” son productos que no tienen señales de uso. Puede que hayan tenido un uso limitado pero no ha sido un uso continuado. De hecho, se podrían calificar “como nuevos”. Aunque quieras, no encontrarás nada que te haga ver que ha sido usado. Los productos en “Perfecto estado” suelen estar a un precio muy inferior respecto al mismo artículo de tiendas de primera mano no hay diferencia en el estado del producto, su estado físico es



excelente. Suele venir con su caja, protectores y embalajes originales. (Junquera, 2020)

**Buen estado:** El producto se encuentra en buen estado físico, pero a diferencia de “Perfecto estado” puede presentar leves marcas superficiales pero nunca tendrá rasguños o muescas graves. En este caso los protectores del embalaje, la caja original, o los accesorios originales pueden faltar. (Junquera, 2020)

**Usado:** Los productos cuyo estado es “usado” son productos que presentan signos de uso. Puede que tengan algún arañazo o muescas pero funcionan correctamente. No suelen incluir los protectores del embalaje, ni la caja original, ni tampoco los accesorios originales, aunque en muchos casos sí lo incluyen. (Junquera, 2020)

Únicamente venden productos en cantidades correspondientes a las necesidades típicas de un hogar medio ya que los productos son únicos. En el sitio web se incluye información sobre la disponibilidad de los productos, detallándolo en la página de información de cada uno de los productos. (Cashconverters, 2020)

Cash Converters expresa que no son los fabricantes de los productos que venden a no ser que así lo indiquen. Si adquieres el producto en su condición de "consumidor", tienes derecho a la garantía de conformidad prevista en la legislación según la cual el bien entregado ha de ser conforme al contrato. (Cashconverters, 2020)

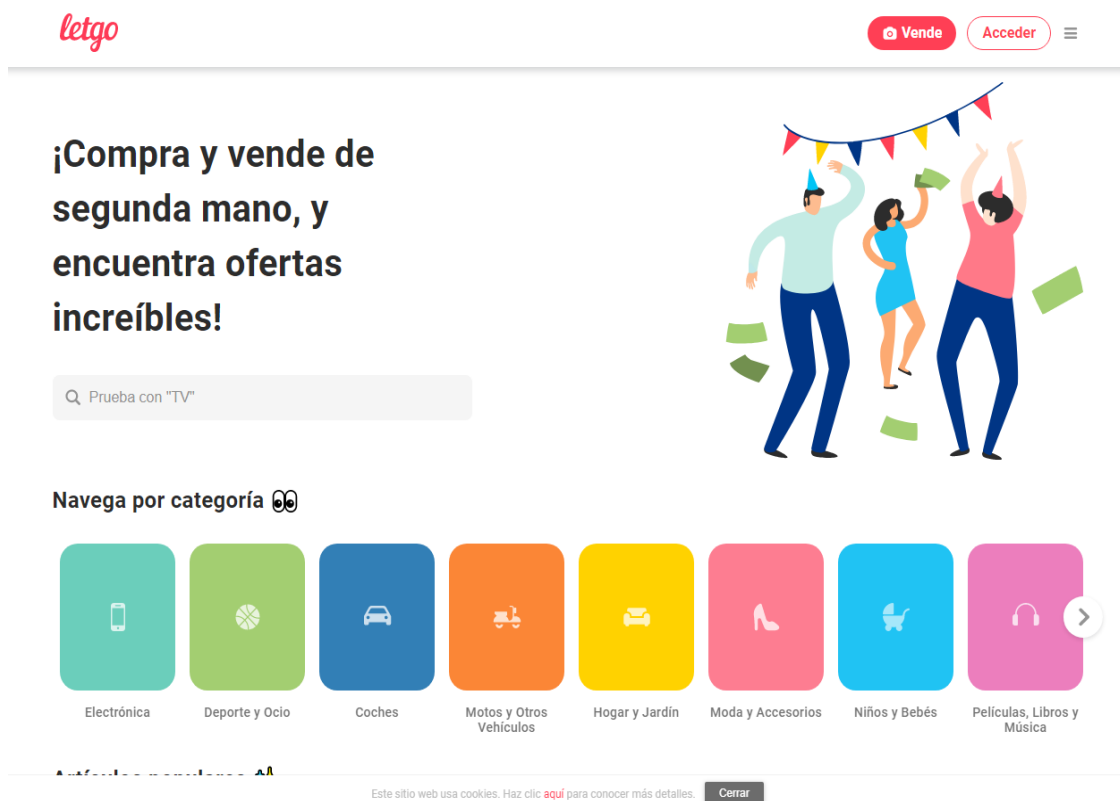
Complementando el modelo de negocio vía internet, Cash Convertes tiene tiendas físicas a lo largo de la geografía española donde puedes ir a vender tus artículos y a consultar los que se encuentran en la tienda. Son productos de carácter general sin centrarse en ninguna categoría en concreto y cuentan con una gran variedad en su catálogo.

## **Letgo**

Letgo es una plataforma con carácter generalista similar a Wallapop, fundada el año 2015 dando servicio para que se desarrolle el negocio local entre sus usuarios a través de anuncios publicados en la aplicación. Es un sistema basado en la geolocalización.

Con más de 50 millones de descargas en Google Play y muy buenas puntuaciones, también en la App Store, Letgo se posiciona claramente como la alternativa más sólida a Wallapop. Especialmente por 100 millones de dólares que le permitieron fusionarse con Wallapop en los Estados Unidos, donde esta última desapareció como marca fruto del acuerdo. (Noguera, 2018)

Ilustración 11. Página Web principal Letgo



Fuente: Letgo

Cuenta con una página principal donde se muestran los artículos más populares y varios tops dentro de las categorías de las que dispone. Permite filtrar por categorías y cuenta con la función de buscador. “Publicar algo a la venta es tan sencillo como hacer una foto, ya que letgo es la única app que automáticamente sugiere un título, un precio y una categoría.” (Letgo, 2019)

Una vez filtrado por categorías, se muestran los artículos ordenándolos en función de la distancia a la que se encuentre el usuario con el vendedor, detallando el artículo que se vende con una descripción, distancia y precio. Cuando se entra en el enlace del anuncio se presenta primeramente de forma visual con una o varias fotos, el precio y la descripción más ampliada a mayores de la condición en la que se encuentra y una ubicación aproximada del vendedor. Si el usuario está interesado en adquirirlo puede enviar un mensaje al vendedor y acordar las condiciones.

La única modalidad de pago en las transacciones es el pago en efectivo y la propia página de Letgo aconseja: “disuadimos a los usuarios de Letgo de enviar sus artículos a compradores por correo o por mensajería, así como de pagar artículos por adelantado y recibirlos mediante un envío.”

Existen otras plataformas dentro del mercado de segunda mano enfocadas directamente a una categoría de productos en concreto, como en el caso de Vinted, pero sin tanto volumen de transacciones, y que gozan de fama por su reputación y comunidad creada en base a los servicios de la página web, algunos ejemplos son coches.net y motos.net en el mundo de la automoción o idelaista.com en el mundo de la vivienda.

A través de una encuesta sobre la compraventa online de ocasión en el año 2019 por parte de la Organización de los Consumidores y Usuarios realizada a casi unos 1100 usuarios de este tipo de aplicaciones, podemos hacer un examen de estas compañías. Como criterios utilizaremos la satisfacción de los clientes, con una definición del término satisfacción como “cumplimiento del deseo o del gusto”, las clasificaciones se tratarán en los siguientes apartados.

## **8.2. Clasificación según la búsqueda de productos**

Los encuestados en el estudio de la OCU en 2019 valoraron su satisfacción al comprar en estas plataformas según la facilidad de uso y la variedad de oferta de productos, a partir de estas valoraciones se puede elaborar una gráfica que ayude a formar un ranking entre ellas.

Las cualidades de Amazon como empresa consolidada hacen que esté la primera en la lista tanto por la facilidad de uso a la hora de comprar o buscar lo que los clientes necesitan en ese momento como la amplia gama que ofrecen, alcanzando la primera posición de la encuesta en cuanto a satisfacción relacionando facilidad de uso y oferta de productos.

En ambas (facilidad de uso y oferta de productos) la calificación obtenida es más de 80, contando con un máximo de 82 para la satisfacción en facilidad de uso de la plataforma. Amazon es una empresa con más de cuatrocientos millones distintos a nivel global y superando los ciento ochenta millones en el territorio español, lo que nos ayuda a entender el primer puesto obtenido.

Gráfico 7. Satisfacción de los consumidores en la búsqueda de productos. Criterios facilidad de uso y oferta de productos.

Buscar productos	SATISFACCIÓN	
	Facilidad de uso	Oferta de productos
	82	80
	78	76
	76	78
	74	73
	73	57
	72	69
	69	64
	68	69

Mayor satisfacción Menor satisfacción

Fuente: OCU, 2019.

Pese a ocupar el segundo puesto, Wallapop, según los usuarios esta es la más completa en cuanto al mercado de segunda mano exclusivamente y lidera los rankings en satisfacción a la hora de la facilidad de uso que ofrecen y la oferta de la que disponen como muestra el gráfico.

En cuanto a EBay, su puesto en la tabla está por debajo de Amazon y Wallapop, pero empatada con esta última según la valoración de las personas a la hora de la búsqueda en la plataforma y satisfacción con la oferta de la que dispone. Los puntos en el ranking son muy parecidos a los de Wallapop con una diferencia de dos puntos por debajo en cuanto a la facilidad de uso y otros dos, en este caso por encima, en la oferta de productos. Esto hace que la valoración en global que dan a estas dos plataformas de asemeje mucho.

La valoración que dan en esta encuesta los usuarios de estas plataformas lleva a Milanuncios a situarse en el cuarto puesto inmediatamente por debajo de Facebook, sin una gran diferencia en cuanto a la valoración que dan en la facilidad de uso con dos puntos menos que Facebook, pero con casi diez puntos de diferencia por encima en cuanto a la oferta de productos, dándonos a entender que ofrece una gama más amplia que Facebook.

La valoración que dan en esta encuesta los usuarios de estas plataformas lleva a Milanuncios a situarse en el cuarto puesto inmediatamente por debajo de eBay sin una gran diferencia en cuanto a la valoración que dan en la facilidad de uso (cuatro puntos menos que eBay), pero con casi diez puntos de diferencia en cuanto a la oferta de productos que se encuentra en la plataforma.

Vibbo, tratando por separado la compañía en este estudio, fue la que peores datos arrojó en cuanto a la oferta de productos y facilidad en su uso, cayendo las dos por debajo de los 69 puntos en ambos casos.

### 8.3. Clasificación según la compra de productos

Ahora, analizaremos los datos facilitados por la encuesta de la OCU sobre la compraventa online de ocasión en 2019 centrándonos en la satisfacción una vez se ha producido la compra de algún producto en estas plataformas.

Gráfico 8. Satisfacción tras la compra de productos a través de las plataformas de segunda mano



Fuente: OCU, 2019.

Este segundo gráfico se centra solo en cinco plataformas (Wallapop, Ebay, Amazon, Vibbo y Milanuncios) y es aquí es donde varía el orden del ranking.

Wallapop pasa a ocupar la primera posición adelantando a compañías mucho más longevas como eBay o Amazon alcanzando los 84 puntos en satisfacción de los usuarios que han utilizado los servicios de la compañía.

Ebay se sitúa también por encima de amazon superando los 80 puntos de satisfacción y alcanza la segunda posición con solo dos puntos de diferencia frente a Wallapop.

Amazon en este caso se desplaza hasta el tercer puesto seguida de eBay, con una diferencia entre ambas de dos puntos con 80 para Amazon y 82 para eBay, lo que hace que no bajen en ningún caso de los 80 puntos de valoración y no se distancien mucho de la primera en el ranking.

Vibbo y Milanuncios, ocupan los dos últimos puestos, bajando las dos de los 80 puntos y Milanuncios la que peor valoración obtiene con 75 puntos como podemos observar en el segundo gráfico.

Con los datos combinados de ambas tablas se aprecia que las tres mejores plataformas según los usuarios son Amazon, eBay y Wallapop con una muy buena relación entre la búsqueda de productos y la decisión de compra.

En el caso de que nos centrásemos solo en compañías nacionales, Wallapop destaca más que la competencia, se trata de una plataforma mucho más completa que consigue encajarse mejor al perfil de usuario para que puedan usarla tanto para buscar lo que necesiten, así como para llevar a cabo la decisión de compra final.

En general, estas tres son aplicaciones con mucho volumen de operaciones entre sus usuarios y que ya están consolidadas como plataformas de éxito, siendo las principales opciones para las personas que buscan comprar de segunda mano.

#### **8.4. Técnicas usadas en las plataformas digitales de segunda mano**

No existe una técnica principal ni técnica que asegure que el artículo que se ponga a la venta consiga el impacto deseado ni que se venda como consecuencia final, sino que es la utilización de varias de estas las que van a ayudar a que se consiga vender el bien publicitado, lo que no implica directamente la venta ya que se involucran distintos factores que determinan el logro de la venta.

La elección del marketplace adecuado y que tenga secciones que faciliten la colocación del producto. Aquellos que ofrecen más categorías abarcan más cuota de mercado sin centrar sus recursos en ninguna de ellas, haciendo que el volumen que alcanzan englobe más bienes y por tanto mayor número de atractivos para nuevos usuarios. Existen también plataformas que eligen dedicarse íntegramente a un sector en específico, esto le sirve para destacar frente a la competencia y especializarse. (Sabaté, 2011)

De entre las técnicas más usadas está la utilización de la percepción del consumidor en función a la inclusión de los gastos de envío en el precio total del artículo ya que inconscientemente “la palabra “gratis”, desde el punto de vista del neuromarketing, genera en el usuario una percepción positiva, que incluso puede condicionar sus compras” (Gómez, 2020) y se percibe un precio menor al cobrar conjuntamente el artículo y los gastos de envío y no por separado.

Sin embargo, las empresas deben ser claras con el consumidor para no generar desconfianza y que el proceso de compra sea fluido, “según diversos estudios, las ventas disminuyen cuando el ecommerce oculta el importe de los gastos de envío en el inicio del proceso de compra” (Gómez, 2020). No es solo en el mundo de segunda mano donde se intenta practicar esta técnica y es que esto también lo hacen otros negocios de todo tipo de sectores.

Esto hace que muchas veces los consumidores se decidan frente a otro producto. Se concibe como un proceso más sencillo y barato en el que van a tener que hacer un pago solamente y no van a tener que hacer frente al gasto de los gastos de envío por separado.

Los vendedores con más éxito en este mercado de compraventa optan por ponerse en la posición de comprador y tratan de satisfacer el proceso de compra por el que van a pasar, facilitando la información que puedan requerir intentando que sea lo más completa y visual posible para que no comparen con otros sitios web que puedan hacer competencia. Las plataformas saben que los motores de búsqueda son la principal herramienta con la que cuentan sus usuarios para filtrar anuncios y la combinación de varios ellos puede llevar al consumidor a encontrar lo que más encaja con sus expectativas. Una descripción clara incluyendo imágenes o ejemplos de uso son fundamentales para que el usuario que está dispuesto a comprarlo se haga una idea de los beneficios que aporta ese producto y que la apariencia y funcionamiento del mismo sea la adecuada. (Sabaté, 2011)

Destacar anuncios es otra opción que pueden barajar los comerciantes de segunda mano, ofreciéndoles las plataformas esta opción de destacar su anuncio que muchas veces

aparecen en un apartado especial para que sea más fácil visualizar ese anuncio e incluso un enlace preferente frente a otros que no lo han destacado.

Como norma general, predomina mantener una relación positiva con aquellos usuarios con los que alguna vez has interactuado, y, como vendedor preocuparte por tener una retroalimentación haciendo que los compradores dejen comentarios, valoración o referencias positivas a que es una opción buena y segura elegir a un vendedor frente a otros en los que la valoración sea inferior.

## **9. Perspectivas para el futuro**

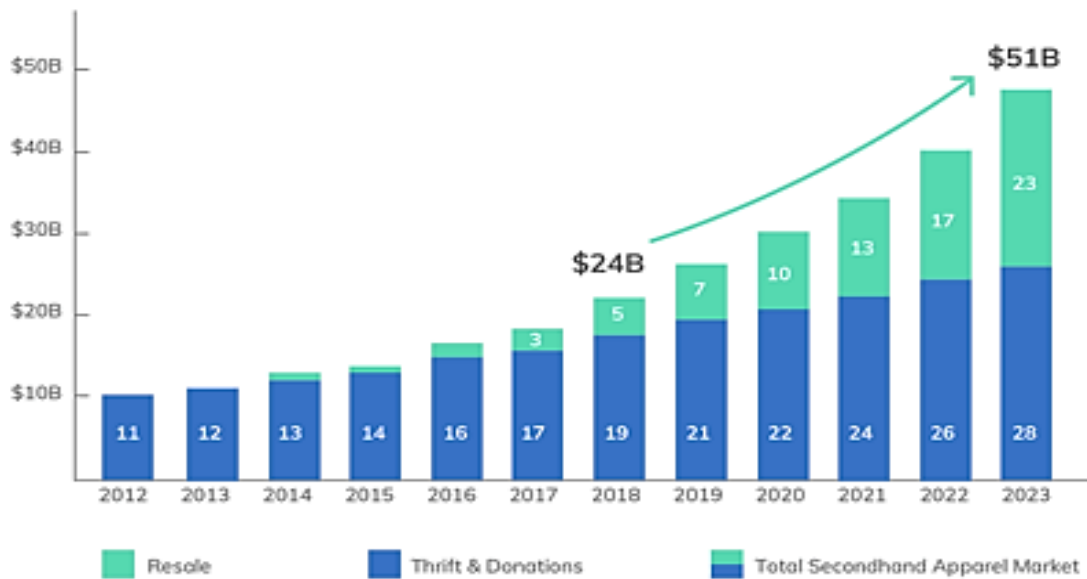
En cuanto al futuro de este mercado, se augura un gran porvenir a esta modalidad de negocio. Cada año el mercado del resale mueve mayor cantidad de dinero y mayor número de artículos, “el negocio global de todo tipo de objetos de segunda mano se incrementará entre un 15% y un 20% hasta el 2026, según Boston Consulting Group” (Gutiérrez, 2021). Es tanta la tendencia a la utilización de este modelo de segunda mano que las grandes empresas están empezando a elaborar estrategias para potenciar sus ventas aprovechando este impulso.

Según el estudio 2019 Resale Report de thredUP, En 2023, se calcula que el mercado de segunda mano alcanzará los 51.000 millones de dólares. De los cuales, 28.000 millones corresponderán a donaciones vendidas por organizaciones benéficas y 23.000 al resale o reventa, que era prácticamente inexistente en 2013, datos que se muestran en el Gráfico 9. Expectativas de ventas del comercio de segunda mano hasta el año 2023, con escala anglosajona para las cuantías reflejadas en dólares.

Como indica el estudio por parte de thredUP, el resale ha crecido exponencialmente en estos años, llegando a superar hasta en 21 veces el volumen alcanzado en sectores con gran incidencia como el de la moda. El mundo de la moda este en continuo cambio y ya se ha visto que está presente una idea cambiante sobre recurrir a este mercado para la adquisición de ropa, que se apoyará y acrecentará aún más en el futuro como alternativa a las compras de primera adquisición.



Gráfico 9. Expectativas de ventas del comercio de segunda mano hasta el año 2023, escala anglosajona.



Fuente: Laia Cardona, 2020

Se espera un mayor crecimiento como consecuencia de la preocupación de la sociedad por el desarrollo sostenible, esto conlleva un enfoque hacia la economía circular la cual es un sistema basado en la reutilización de productos volviendo a empezar su vida útil desde cero en vez de destinarlos a la basura. El enfoque hacia esta economía circular propicia un escenario perfecto para el mercado de segunda mano.

La utilización de los marketplaces cada vez por más usuarios y aumentando anualmente de forma exponencial requiere que estos se adapten para un mayor flujo en el tráfico de datos a través de las plataformas, lo que conlleva un desarrollo tecnológico e inversión para que sigan siendo utilizadas y no pierdan usuarios. A su vez, han de ofrecer unas garantías para sus usuarios como pagos más seguros que garanticen unas transacciones correctas, funcionando como herramientas útiles en el dinamismo de la compraventa.

La continua y progresiva incorporación de cada vez más consumidores de segunda mano hace que las tiendas de artículos de primera mano se vean perjudicadas, perdiendo clientela y nivel de facturación, “el 72% de los compradores de segunda mano ha comprado menos a tiendas tradicionales para centrar su presupuesto en el resale.” (Cardona, 2020)

La percepción del mercado de segunda mano estigmatizado por relacionarlo con productos baratos y de mala calidad está cambiando con el paso del tiempo y son reemplazados por una nueva corriente que, en sectores como el de la moda, se están desprendiendo de prejuicios y optan por vender lo que ya no utilizan para comprar buenos

productos a un precio menor considerándose como una elección inteligente sin tener en cuenta el poder adquisitivo de las personas. (Gutiérrez, 2021)

## 10. Conclusiones

El estudio realizado ha permitido un acercamiento y ampliación de conocimiento sobre el mercado de compraventa en España que tiene como soporte plataformas digitales.

Hay una evolución desde sus primeras apariciones en el país y una transformación en la que el entorno digital ha contribuido enormemente. A día de hoy la población en su mayoría dispone de un punto de acceso a internet y gran parte cuenta con un teléfono móvil en el que pueden conectarse en cualquier momento a las plataformas digitales y consumir desde su propia casa si lo desean. Este comercio va ligado a la tecnología, y, aunque no es imprescindible, ofrece un soporte idóneo para el desarrollo continuado de un mercado en expansión.

Son gran número de empresas las que se han incorporado a este modelo de negocio y ofrecen sus servicios como soporte de interacción entre las partes contratantes, en su mayoría se tratan de empresas generalistas ya que son las más utilizadas por los consumidores y donde mayor número de artículos pueden encontrar. Las presentes a lo largo del estudio además de ser utilizadas nacionalmente también tienen presencia global. Wallapop predomina sobre las demás con un recorrido bastante menor que las demás de la comparativa.

El perfil de individuo medio ronda por la edad de 40 años con 9 de cada 10 personas cercanas a esta edad reconociendo haber comprado al menos una vez a lo largo del año. Las nuevas generaciones son los grupos de edad que más adoptan este tipo de consumo.

El nivel de satisfacción reportado por los consumidores de estas plataformas es un nivel de satisfacción alto, llegando a evaluar en cómputo global la experiencia de todas las plataformas como positiva, casi la mitad de usuarios (un 47,9%) reconocen estar satisfechos o muy satisfechos (14,9%) con sus servicios. (Fresneda, 2020)

Se ha visto como este tipo de mercado está más instaurado en la sociedad a lo largo de los años y que cada vez los consumidores optan por esta alternativa por la cantidad de ventajas frente al mercado de primera mano. Obviamente también presenta algunos inconvenientes con los que hay que lidiar para conseguir que las expectativas de futuro prometedoras para este sector se logren conseguir.

## 11. Bibliografía

Abanca. (2021). <Apps de compra y venta de segunda mano para ahorrar> Recuperado el 16 de abril de 2021 de <https://www.cuentasclaras.es/tecnologia/apps-de-compra-y-venta-segunda-mano/>

Amazon. (2019). amazon.es. Recuperado el 16 de mayo de 2021, de amazon.es: Estado de los productos de Amazon Warehouse

BOE. (2015). núm 115, <Ley 4/2015, de 25 de marzo, de Comercio de Aragón> Recuperado el 14 de mayo de 2021 de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-5328-consolidado.pdf>

BOE. (2007) núm. 287, <Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias> Recuperado el 11 de abril de 2021 de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>

BOE. (1992) núm. 312, <Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido> Recuperado el 07 de abril de 2021 de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1992-28740>

Caixabank, 2021, <Recommerce: el inesperado aliado de la economía circular> Recuperado el 21 de mayo de 2021 de <https://blog.caixabank.es/blogcaixabank/2021/06/recommerce-el-inesperado-aliado-de-la-economia-circular.html>

Cardona, L. (13 de 01 de 2020). cyberclick.es. Recuperado el 16 de mayo de 2021, de cyberclick.es: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/el-auge-del-ecommerce-de-segunda-mano-en-cifras>

Cashconverters. (2020). cashconverters.es. Recuperado el 12 de junio de 2021, de cashconverters.es.

Chicageek. (18 de 01 de 2017). www.chicageek.com. Recuperado el 08 de junio de 2021, de www.chicageek.com: <https://www.chicageek.com/vende-tus-cosas-usadas-segunda-mano-facebook/>

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, 2012, <Informe e-commerce> Recuperado el 10 de mayo de 2021 de [https://www.cnmc.es/sites/default/files/1529777\\_8.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/1529777_8.pdf)

Diari de Tarragona, 2020, <Ventajas de comprar artículos de segunda mano> Recuperado el 20 de mayo de 2021 de

<https://www.diaridetarragona.com/trending/Ventajas-de-comprar-articulos-de-segunda-mano--20200527-0022.html>

Domínguez, R. G. (03 de 10 de 2016). as.com. Recuperado el 14 de junio de 2021, de as.com: [https://as.com/meristation/2016/10/03/betech/1475508144\\_876762.html](https://as.com/meristation/2016/10/03/betech/1475508144_876762.html)

Drita. (01 de 06 de 2020). eloutput.com. Recuperado el 25 de mayo de 2021, de <https://eloutput.com/productos/gadgets/productos-warehouse-amazon/>

e-autónomos.es, 2016, <¿Debo pagar impuestos por la venta de mis objetos de segunda mano por internet?> Recuperado el 12 de abril de 2021 <https://e-autonomos.es/blog/2016/06/debo-pagar-impuestos-por-la-venta-de-mis-objetos-de-segunda-mano-por-internet>

EBay. (2021). ebay.es. Recuperado el 03 de junio de 2021, de ebay.es: <https://www.ebay.es/help/selling/fees-credits-invoices/servicios-de-pago-comisiones-y-tarifas-para-vendedores-particulares?id=4822>

EBay. <https://www.ebay.es/>

EBay. (2021) <Elegir forma de pago>. Recuperado el 03 de junio de 2021 <https://www.ebay.es/help/selling/listings/elegir-la-forma-de-pago?id=4106>

Fresneda, D. (07 de 02 de 2020). elperiodico.com. Recuperado el 19 de junio de 2021, de [elperiodico.com](https://www.elperiodico.com/es/activos/empresas/20200207/aplicacion-vender-comprar-segunda-mano-7838925): <https://www.elperiodico.com/es/activos/empresas/20200207/aplicacion-vender-comprar-segunda-mano-7838925>

Galeano, S. (19 de 01 de 2021). marketing4ecommerce.net. Recuperado el 11 de junio de 2021, de marketing4ecommerce.net: <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>

Gómez, E. (07 de 08 de 2020). Recuperado el 29 de mayo de 2021, de <https://empresas.blogthinkbig.com/gastos-envio-gratuitos/>

Gutiérrez, M. (22 de 01 de 2021). lavanguardia.com. Recuperado el 20 de junio de 2021, de [lavanguardia.com](https://www.lavanguardia.com/economia/20210119/6183859/segunda-mano-wallapop-milanuncios-cash-converters-lujo.html): <https://www.lavanguardia.com/economia/20210119/6183859/segunda-mano-wallapop-milanuncios-cash-converters-lujo.html>

Hill, C. (11 de enero de 2019). tuexpertoapps.com. Recuperado el 11 de mayo de 2021 de tuexpertoapps.com: <https://www.tuexpertoapps.com/2019/01/11/como-vender-productos-de-segunda-mano-en-wallapop/>

Infocomputer. (28 de 11 de 2017). interempresas.net. Recuperado el 20 de mayo de 2021, de interempresas.net: <https://www.interempresas.net/Tecnologia-aulas/Articulos/204874-El-porque-del-aumento-de-protagonismo-del-mercado-informatico-de-segunda-mano.html>

ING, 2013, <Productos de segunda mano: ¿Ahorro garantizado?> Recuperado el 15 de mayo de 2021 de <https://www.ennaranja.com/para-ahorradores/productos-de-segunda-mano-ahorro-garantizado/>

Ionos. (04 de 09 de 2019). Ionos.es. Recuperado el 11 de junio de 2021 de Ionos.es: <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/el-mejor-paginas-de-venta-online-en-espana/>

Junquera, C. (11 de 03 de 2020). cashconverters.es. Recuperado el 12 de junio de 2021, de cashconverters.es: <https://cashconverters.es/es/es/oportunidades/nosotros/guia-estados-de-producto/>

Letgo. (2019). contact.letgo.com. Recuperado el 18 de junio de 2021, de contact.letgo.com: <https://contact.letgo.com/hc/es-es/articles/360008258699--Qu%C3%A9-es-letgo->

Letgo. <https://www.letgo.com/es-es>

Luna del Barrio Román / Jana Pauner Luque / Noelia Rodríguez Sánchez / Máximo Simancas Fernández, 2019, <El auge e importancia de las tiendas de segunda mano> Recuperado el 20 de mayo de 2021 de <https://generaciondospuntocero.com/el-auge-e-importancia-de-las-tiendas-mercado-de-segunda-mano/>

Milanuncios. (2019). Milanuncios.com. Recuperado el 07 de junio de 2021, de Milanuncios.com: <https://www.milanuncios.com/legal/condiciones-uso>

Milanuncios. <https://www.milanuncios.com/>

Milanuncios, 2020, <EL EFECTO MEDIOAMBIENTAL DE LA SEGUNDA MANO> Recuperado el 08 de mayo de 2021 de <https://www.milanuncios.com/prensa/wp-content/uploads/2021/05/El-Efecto-Ambiental-de-la-Segunda-Mano-2020.pdf>

Miller, D. (24 de 02 de 2020). es.godaddy.com. Recuperado el 19 de junio de 2021, de es.godaddy.com: <https://es.godaddy.com/blog/vender-en-facebook-que-es-facebook-marketplace-y-como-utilizarlo/>

Molina, C. R. (24 de Junio de 2017). tuexperto.com. Recuperado el 18 de junio de 2021 de tuexperto.com: <https://www.tuexperto.com/2017/06/24/wallapop-vibbo-y-milanuncios-en-cual-comprar-o-vender-de-segunda-mano/>

Noguera, T. (25 de 04 de 2018). Recuperado el 16 de junio de 2021, de <https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/9-alternativas-a-wallapop-apps-para-compraventa-entre-particulares-para-android-y-ios>

Observatorio Cetelem, 2020, <El dominio de la tienda online en el consumo de 2020> Recuperado el 28 de mayo de 2021 <https://elobservatoriocetelem.es/observatorio-cetelem-consumo-espana-2020>

OCU, 2019, <Segunda mano: una nueva vida para tus cosas> Recuperado el 25 de mayo de 2021 de <https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/informe/segunda-mano-online#>

Pita, L. (2019). Recuperado el 10 de junio de 2021, de <https://preahorro.com/como-ahorrar/que-cosas-comprar-de-segunda-mano-y-que-comprar-nuevo/>

Portal del comerciante de Castilla y León, 2020 <Garantías, devoluciones y reclamaciones> Recuperado el 11 de abril de 2021 de <https://comerciante.jcyl.es/web/es/comerciante/garantias-devoluciones-reclamaciones.html>

Priego, L. (06 de 05 de 2020). [businessinsider.es](https://www.businessinsider.es). Recuperado el 30 de mayo de 2021, de [businessinsider.es: https://www.businessinsider.es/como-funciona-vinted-app-compra-venta-ropa-631811](https://www.businessinsider.es/como-funciona-vinted-app-compra-venta-ropa-631811)

RAE, 2021, <Definición mercado> Recuperado el 05 de abril de 2021 <https://dle.rae.es/mercado>

Regidor, R. (07 de 12 de 2013). [libremercado.com](https://www.libremercado.com). Recuperado el 10 de junio de 2021, de [libremercado.com: https://www.libremercado.com/2013-12-07/el-exito-del-lider-mundial-en-tiendas-de-segunda-mano-en-espana-1276505888/](https://www.libremercado.com/2013-12-07/el-exito-del-lider-mundial-en-tiendas-de-segunda-mano-en-espana-1276505888/)

Rocamora, J. (23 de 12 de 2020). [marketing4ecommerce.net](https://www.marketing4ecommerce.net). Recuperado el 12 de junio de 2021, de [marketing4ecommerce.net/: https://marketing4ecommerce.net/como-usar-milanuncios-claves-de-uno-de-los-lideres-del-ecommerce-en-la-sombra/](https://marketing4ecommerce.net/como-usar-milanuncios-claves-de-uno-de-los-lideres-del-ecommerce-en-la-sombra/)

Ruisánchez, S. P. (2014). Recuperado el 12 de abril de 2021, de <https://www.cyzabogados.com/compra-venta-de-segunda-mano-entre-particulares/>

Sabaté, J. (11 de 10 de 2011). [consumer.es](https://www.consumer.es). Recuperado el 27 de mayo de 2021, de [consumer.es: https://www.consumer.es/tecnologia/internet/seis-consejos-para-vender-objetos-de-segunda-mano-en-internet.html](https://www.consumer.es/tecnologia/internet/seis-consejos-para-vender-objetos-de-segunda-mano-en-internet.html)

Soriano, E. (28 de 11 de 2020). diariodecalvia.com. Recuperado el 18 de junio de 2021, de diariodecalvia.com: <https://diariodecalvia.com/top-5-productos-de-segunda-mano-mas-demandados-en-2020/>

Vibbo. <https://www.vibbo.com/>

Vinted. (04 de 05 de 2021). vinted.es. Recuperado el 13 de junio de 2021, de vinted.es: [https://www.vinted.es/terms\\_and\\_conditions](https://www.vinted.es/terms_and_conditions)

Vinted. <https://www.vinted.es/>

Wallapop <https://es.wallapop.com/>