El estado de la reutilización en España

Informe elaborado por Misura
para Movimiento Re-Úsalo



Movimiento Re-Úsalo

misura

Informe elaborado por Misura
para Movimiento Re-Úsalo

Movimiento Re-Úsalo

El Movimiento Re-Úsalo es una iniciativa que reúne a empresas y organizaciones comprometidas con impulsar la reutilización y avanzar hacia un modelo de consumo más responsable y circular en España. Promueve la colaboración entre empresas, sociedad civil e instituciones para favorecer cambios culturales y regulatorios que alarguen la vida útil de los productos y conviertan la reutilización en una alternativa accesible y habitual frente al modelo de “usar y tirar”. Está formado por los siguientes miembros impulsores: AERESS, IKEA, Milanuncios, NESI, Vinted y Wallapop.

Misura

MISURA es un equipo de análisis especializado en la economía del no-mercado, centrado en medir el valor social y el bienestar. Su enfoque combina la medición de impactos sociales y ambientales, el análisis de sus implicaciones económicas y financieras, y el desarrollo de modelos de datos capaces de traducir información compleja en conclusiones útiles para la toma de decisiones. Trabaja sobre diferentes retos con el objetivo de ofrecer una lectura de la realidad económica y social que vaya más allá de las métricas tradicionales de mercado.

Índice

Carta de los impulsores pg.7
Contexto pg.8
Sobre este estudio pg.9
El estado de la reutilización en España pg.14
El potencial del mercado de segunda mano pg.22
El futuro de la reutilización pg.34
Anexos pg.41



Carta de los impulsores

Cada vez son más las personas que compran, venden, donan o intercambian productos de segunda mano. Lo hacen movidas por motivos muy diversos: ahorrar, acceder a bienes que de otro modo resultarían inaccesibles, evitar el desperdicio o prolongar la vida útil de objetos que todavía tienen mucho que aportar. Hasta aquí, el titular. El grosso modo. Lo que sabemos o, mejor dicho, lo que intuimos a partir de unos datos todavía escasos e inconclusos.

Lo cierto es que asistimos a una paradoja: cuanto más presente está la reutilización en nuestra vida cotidiana, menor es el conocimiento agregado sobre su verdadera dimensión y relevancia. La ausencia de información oficial, la dispersión de los canales de intercambio y la falta de metodologías compartidas dificultan calcular con precisión el alcance real de la segunda mano y, especialmente, sus beneficios para la sociedad.

Porque la reutilización no solo reduce residuos y optimiza el uso de materias primas. También facilita el acceso a productos a miles de personas, impulsa nuevas actividades económicas y genera oportunidades de empleo. Es, en definitiva, una práctica capaz de crear valor económico, ambiental y social de forma simultánea.

Un valor que habitualmente no se reconoce. Porque no se conoce.

Por eso nace este informe: para construir una base de conocimiento compartida sobre el estado de la reutilización en España y, con ello, contribuir a aprovechar todo su potencial. Para arrojar luz sobre una realidad que administraciones y empresas tienen la oportunidad de incorporar en sus políticas públicas y estrategias de negocio. Para poder trazar horizontes creíbles y ambiciosos.

Porque medir es el primer paso para transformar.

Desde Movimiento Re-Úsalo entendemos la reutilización como una alternativa al sistema lineal en un contexto climático y ecológico que exige cambios radicales en nuestra manera de producir y consumir, pero no solo: también entendemos la reutilización como una oportunidad para articular una economía más eficiente y una sociedad más inclusiva.

Esperamos que este informe contribuya a situar ese debate donde merece estar: en el centro de la conversación sobre el futuro del modelo económico, social y ambiental de nuestro país.

Contexto

Extraer, producir, consumir y desechar. Es el compás que ha marcado tradicionalmente la economía contemporánea. Un sistema que ha permitido un importante desarrollo económico, pero también ha provocado una creciente presión sobre los recursos naturales, un aumento sostenido de la generación de residuos y una mayor dependencia de materias primas cuya disponibilidad es cada vez más limitada.

Hoy, aproximadamente nueve de cada diez materiales que utilizamos no vuelven a incorporarse al sistema productivo tras su primer uso. Esta realidad pone de manifiesto la necesidad de acelerar la transición hacia modelos más circulares.

En este contexto, la reutilización ocupa un lugar prioritario. Su relevancia ha ido creciendo en los últimos años como consecuencia de la expansión de las plataformas digitales, la consolidación de nuevos hábitos de consumo y una mayor sensibilidad social hacia la sostenibilidad.

Al mismo tiempo, la normativa europea y nacional vigente la incorpora como pieza clave. Tanto la Directiva Marco de Residuos de la Unión Europea como la Ley 7/2022, de residuos y suelos contaminados para una economía circular, establecen la prevención y la preparación para la reutilización como las opciones preferentes dentro de la jerarquía de gestión de residuos. Más recientemente, diferentes iniciativas europeas vinculadas al Pacto Verde Europeo, el Plan de Acción para la Economía Circular o el Reglamento de Ecodiseño para Productos Sostenibles continúan reforzando este enfoque.

Es precisamente en este escenario donde surge el Movimiento Re-Úsalo, una alianza de organizaciones comprometidas con impulsar la reutilización como un elemento esencial de la economía circular en España.

A diferencia del reciclaje, que transforma los residuos para obtener nuevos materiales, la reutilización prolonga directamente la vida útil de los productos, conservando su valor y evitando tanto la fabricación de nuevos bienes como la generación prematura de residuos.

De acuerdo con el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO), la reutilización es cualquier operación mediante la cual productos o componentes que no sean residuos se utilizan de nuevo con la misma finalidad para la que fueron concebidos. Se trata, por tanto, de una práctica que abarca tanto la compraventa de productos de segunda mano como la donación, el intercambio o cualquier otra forma de transferencia que permita extender su vida útil.

La información disponible sitúa la reutilización no como una alternativa marginal de consumo, sino como una tendencia creciente. Sin embargo, su desarrollo a lo largo de los últimos años no ha venido acompañado de un conocimiento equivalente sobre su verdadera dimensión: no disponemos de indicadores agregados que permitan medir con precisión su alcance y sus impactos.

Este informe surge para dar respuesta a ese vacío. Para ofrecer una visión rigurosa sobre el estado de la reutilización en España con un propósito claro: contribuir a una conversación basada en evidencias sobre su capacidad para generar valor económico, ambiental y social.

Esa vocación mueve a Re-Úsalo desde sus comienzos. El Movimiento centra su actividad en aumentar el conocimiento sobre el sector, favorecer un entorno regulatorio que incentive estas prácticas, promover la colaboración entre los distintos actores implicados y contribuir a que la reutilización ocupe el lugar estratégico que le corresponde dentro de las políticas de sostenibilidad y de consumo.

Re-Úsalo considera que la reutilización es imprescindible para avanzar hacia una economía más eficiente, un consumo más consciente y un modelo de desarrollo más sostenible para España. Este informe viene a confirmar esa premisa.

Sobre este estudio

Objetivos del estudio

El sector de la reutilización y de la segunda mano está experimentando un momento de auge a nivel internacional y nacional provocado por un cambio en los hábitos de los consumidores, que buscan formas de consumo más responsables y sostenibles (MITECO, 2025). Aunque el mercado de segunda mano va ganando protagonismo, sigue siendo incipiente frente al mercado tradicional y existe una falta de estandarización de la información disponible. La diversidad de canales, que incluyen plataformas digitales, tiendas físicas, organizaciones sociales, mercadillos, donaciones o intercambios entre particulares, dificulta contar con datos homogéneos, agregados y comparables. Además, parte de las operaciones no quedan registradas o no se contabilizan bajo una misma metodología, especialmente cuando no existe transacción económica, como puede ocurrir con los intercambios entre familiares o amigos. Como resultado, la información se encuentra dispersa entre distintos operadores y fuentes, y todavía no existe una visión agregada y sistemática que permita dimensionar con precisión el tamaño real y las implicaciones del mercado de la reutilización en España.

El objetivo del presente estudio es realizar una primera aproximación del estado del mercado de segunda mano y de la reutilización. Esta aproximación no solo incluye el tamaño del mercado, sino también sus implicaciones a nivel ambiental y social, las motivaciones de los participantes, los retos a los que se enfrenta el mercado y qué medidas se pueden promover para impulsarlo.

Metodologías

Encuesta

Con el fin de analizar la percepción, los hábitos y las actitudes de la población hacia la reutilización, se ha diseñado una encuesta estructurada en varios bloques. A lo largo de este estudio, la reutilización se entiende como cualquier operación mediante la cual un producto vuelve a ser utilizado sin convertirse en residuo y manteniendo su función original (MITECO, 2025). Este concepto incluye tanto las transacciones de compra y venta de productos de segunda mano como su recepción y donación, independientemente de que exista o no una contraprestación económica. De este modo, el estudio analiza la reutilización en un sentido amplio, considerando todas aquellas formas de transferencia que contribuyen a prolongar la vida útil de los productos y a fomentar un modelo de consumo más circular.

El cuestionario se ha estructurado en cinco bloques que permiten abordar las principales dimensiones de la reutilización:

01. Perfil sociodemográfico de las personas encuestadas

02. Hábitos y prácticas de reutilización: compra-recepción y venta-donación

03. Motivaciones para reutilizar y participar en el mercado de segunda mano

04. Beneficios percibidos de la reutilización

05. Impulso a la reutilización: percepciones, medidas y actores

Dado que los hábitos de reutilización pueden variar en función del tipo de producto, los artículos se clasificaron en doce categorías:

01. Muebles

02. Artículos del hogar y decoración

03. Aparatos electrónicos

04. Grandes electrodomésticos

05. Pequeños electrodomésticos

06. Ropa, calzado y accesorios

07. Coches

08. Motos

09. Transporte

10. Cultura

11. Artículos deportivos y de ocio

12. Productos para niños

Para más información sobre el diseño de la encuesta, así como sobre el detalle de las categorías de producto, véase el Anexo A.

Caracterización demográfica

En este apartado se presentan las principales características sociodemográficas de la muestra, con el objetivo de contextualizar el análisis posterior sobre la reutilización.

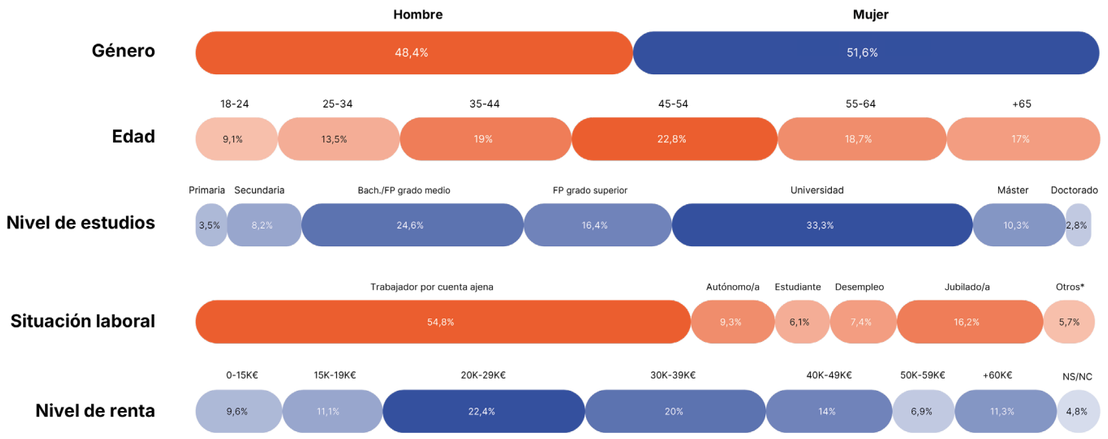
La encuesta recoge información de un total de 1.050 personas y presenta una distribución equilibrada por género, en línea con la distribución demográfica nacional. La muestra está compuesta por un 52% de mujeres y un 48% de hombres, porcentajes que coinciden con la distribución registrada a nivel nacional por el INE (2025). La edad media es de 47,5 años, en línea con la edad media a nivel nacional, que se sitúa en 44,5 años (INE, 2025).

En cuanto al nivel de estudios, la muestra presenta un perfil educativo relativamente elevado. El grupo más numeroso corresponde a las personas con estudios universitarios, que representan el 33% de los participantes. Esta proporción se sitúa en línea con el peso de la población española con educación superior, que alcanza el 35,6% (INE, 2025).

Respecto a la situación laboral, predomina la población ocupada, el 54,8% trabaja por cuenta ajena y un 9,3% lo hace por cuenta propia o como autónomo, en línea con los datos nacionales. Por otra parte, en cuanto a la dimensión económica, el tramo de ingresos netos anuales más frecuente en la muestra se sitúa entre los 20.000 y los 30.000 euros, concentrando al 22,4% de las personas encuestadas. Al estimar el ingreso medio a partir del conjunto de respuestas, la muestra alcanza un valor aproximado de 36.000 euros anuales, en línea con los datos de renta anual neta media recogidos por el INE, situada en torno a los 39.000 euros netos anuales (INE, 2025).

Por último, como primera aproximación a la reutilización, la encuesta muestra que el 58,6% de los participantes ha comprado o recibido productos de segunda mano en los últimos doce meses, mientras que el 71,2% ha vendido o donado algún artículo. En cualquier caso, estos datos reflejan una elevada participación en el mercado de segunda mano y demuestran la relevancia de analizar con mayor detalle los hábitos, motivaciones y barreras asociados a estas prácticas.

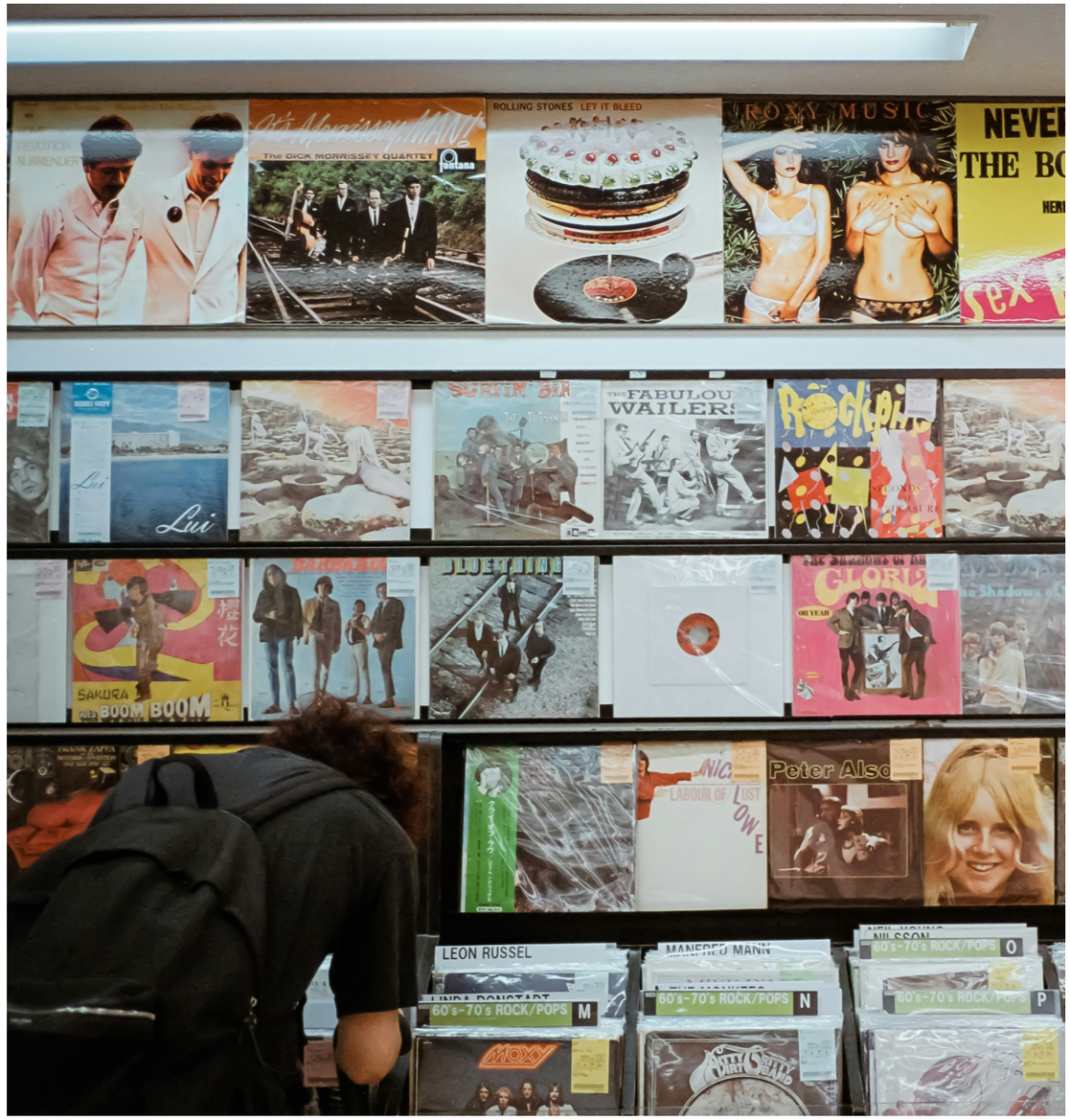
Gráfico 1. Características sociodemográficas de la muestra



*Nota: La categoría “otros” incluye personas que se dedican a tareas del hogar y personas de baja temporal o discapacidad permanente.

Análisis de literatura y datos de mercado

Además de la información recopilada mediante la encuesta demoscópica, el estudio incorpora una revisión y análisis de fuentes de mercado disponibles. Este tipo de análisis es especialmente relevante en el capítulo “El potencial de la reutilización”, en concreto al hablar de los impactos ambientales evitados. Se ha empleado la información disponible en bases de datos oficiales de organismos como el Instituto Nacional de Estadística (INE), la Agencia Francesa para la Transición Ecológica (ADEME) y el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO), así como otro tipo de fuentes necesarias para realizar cálculos intermedios, puede verse más detalle en el Anexo C.



El estado de la reutilización en España

Hábitos de reutilización

En los últimos años, la preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad ha dejado de ser una cuestión minoritaria para consolidarse como una de las grandes preocupaciones compartidas por nuestra sociedad. Según datos del Special Eurobarometer 550: Attitudes of Europeans Towards the Environment de la Comisión Europea, el 78% de la población europea cree que los problemas ambientales tienen un efecto directo sobre su vida y su salud, una cifra que asciende al 93% si hablamos de la población española (Comisión Europea, 2024). Esta inquietud colectiva se produce en un contexto global marcado por la creciente exposición a riesgos ambientales. Según datos del Global Risks Report 2026 del World Economic Forum, los riesgos ambientales como fenómenos meteorológicos extremos, la pérdida de biodiversidad, los cambios críticos en los sistemas terrestres, la escasez de recursos naturales y la contaminación se sitúan entre los principales riesgos globales a diez años.

En este contexto de alta preocupación y riesgo ambiental, la reutilización se plantea como alternativa a los modelos tradicionales de consumo y sigue ganando protagonismo en la sociedad. Según datos de la encuesta del presente estudio, el 88,4% de la población ha realizado acciones de reutilización en el último año. En concreto, un 58,6% de la población ha comprado o recibido artículos de segunda mano, frente a un 71,2% que ha vendido o donado. En concreto, el tipo de actividad más realizada por la población es la compra y la venta de artículos reutilizados, con un 50,5% y 49,8% respectivamente. Las categorías de productos donde la reutilización y el intercambio de segunda mano está más extendido son ropa, calzado y accesorios, cultura y, finalmente, muebles y artículos del hogar.

Al analizar estas prácticas por género y por edad, se observan algunas diferencias. Como se aprecia en el gráfico 4, aunque la reutilización es una práctica extendida entre toda la población, las mujeres muestran una participación ligeramente superior, especialmente en las actividades de venta y donación de productos de segunda mano.

Por otro lado, el gráfico 5 muestra la participación en actividades de segunda mano por grupo de edad. La compra o recepción de productos de segunda mano tiene mayor peso entre la población más joven y disminuye progresivamente entre los grupos de mayor edad. En cambio, la venta y donación es una práctica establecida en todos los tramos. Finalmente, la principal brecha se observa en la ausencia de participación en el mercado de segunda mano por parte de las personas mayores de 55 años.

Gráfico 2. Proporción de la población según participación en actividades de reutilización en el último año

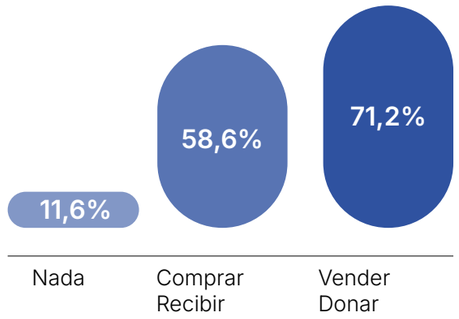


Gráfico 3. Proporción de la población según tipo de actividad de reutilización realizada en el último año

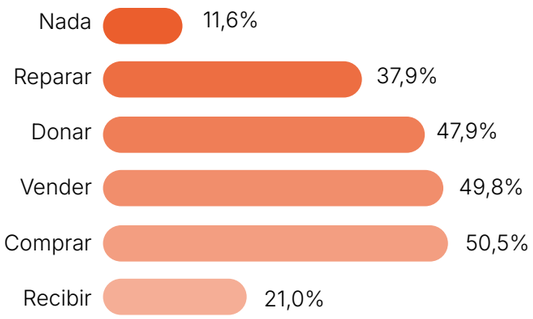


Gráfico 4. Proporción de la población según participación en actividades de reutilización en el último año, por género

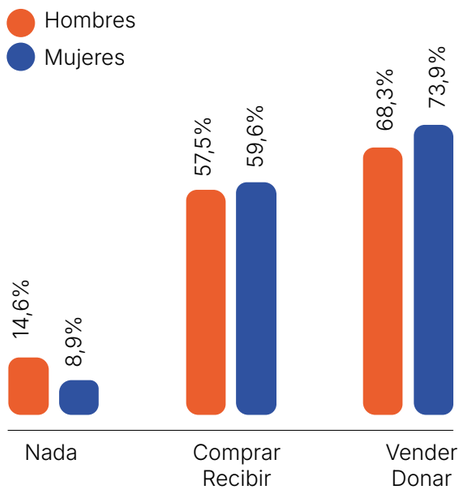
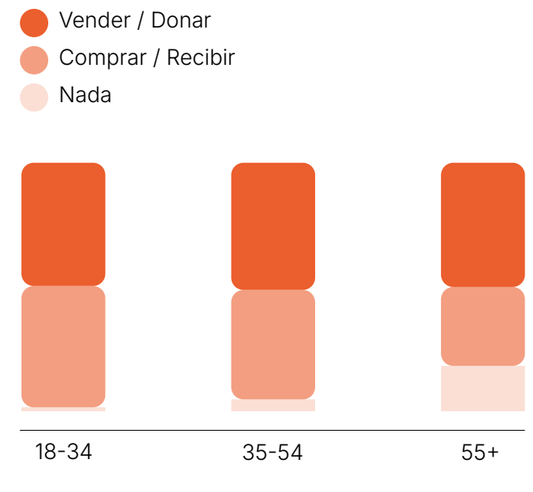


Gráfico 5. Proporción de la población según participación en actividades de reutilización en el último año, por edad



Mercado de segunda mano

Aunque la reutilización es una práctica habitual entre la población, durante años ha sido infrautilizada en políticas de prevención y gestión de residuos. Además, su medición no se realiza de forma sistemática y armonizada, por lo que todavía no existe información consolidada sobre su alcance (MITECO, 2025).

A través de la encuesta sobre el estado de la reutilización en España, se ha preguntado a personas que intercambiaron bienes de segunda mano en el último año sobre sus hábitos en este ámbito. A partir de los resultados de esta encuesta, el análisis del mercado de segunda mano se estructura en tres bloques:

01. En primer lugar, se examinan los resultados vinculados a la compra y recepción de productos de segunda mano, incluyendo las motivaciones y principales canales de intercambio, así como otros hábitos de compra.

02. En segundo lugar, se analizan los resultados relativos a la venta, incluyendo las motivaciones y principales canales, así como otros hábitos de venta o donación.

03. Finalmente, ambos enfoques se integran en una estimación conjunta del tamaño del mercado nacional de segunda mano, construida a partir de la extrapolación de los datos de compra y venta recogidos en la encuesta.

Compradores

En el gráfico 6 se presentan los aspectos que los compradores consideran más importantes al comprar o recibir productos de segunda mano.

Las motivaciones para participar en el mercado de segunda mano combinan factores económicos, prácticos y medioambientales. En el caso de la compra, el principal incentivo es el ahorro económico frente a la adquisición de un producto nuevo. Además, los consumidores destacan la posibilidad de encontrar productos a precios especialmente competitivos y acceder a artículos únicos o difíciles de encontrar, lo que convierte el mercado de segunda mano en una alternativa tanto por precio como por diferenciación.

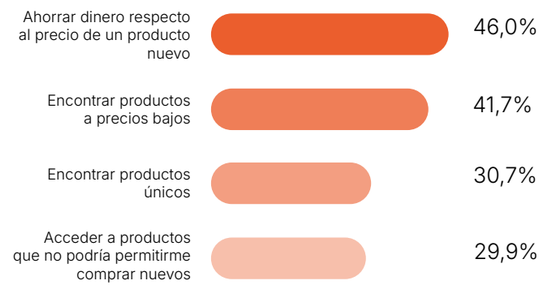
En línea con estas conclusiones, el 67,7% de la población afirma haber podido adquirir un producto de segunda mano que no habría podido comprar nuevo. Además, el 87,8% consulta el precio de los productos que encuentra de segunda mano si lo comprara nuevo, reforzando la importancia del ahorro como componente central de la reutilización para los hogares.

Más allá de su dimensión económica, la reutilización también tiene un claro potencial ambiental. Al alargar la vida útil de los productos este modelo de consumo puede contribuir a un uso más eficiente de los recursos, a la prevención de residuos y a la reducción de los impactos asociados a la producción y eliminación de productos. Aunque este tema se abordará con mayor detalle en el próximo capítulo, los resultados de la encuesta muestran que la sostenibilidad ya forma parte de las decisiones de consumo: el 35,4% de la población que compra o recibe bienes reutilizados considera que la sostenibilidad o el impacto ambiental es importante en sus decisiones relacionadas con la segunda mano. Además, según datos de la encuesta, el 81,3% de las compras de segunda mano realizadas habrían evitado la adquisición de un producto nuevo, lo que refuerza el papel de la reutilización como alternativa de consumo tradicional.

Por otro lado, el acceso a productos de segunda mano se produce a través de una variedad de canales. Junto a formas más tradicionales de intercambio, como los contactos y familiares, los mercadillos o las donaciones, han ido ganando importancia las plataformas digitales y las redes sociales, ampliando así el ecosistema de canales de acceso a la segunda mano y facilitando el contacto entre particulares. El gráfico 7 muestra que las plataformas online son el principal canal de compra o recepción de productos de segunda mano, utilizadas por el 56,5% de la población que compra productos reutilizados. A continuación, aparecen los contactos (familiares, amistades o conocidos) con un 38,1%, y los mercadillos, con un 32,7%. Las donaciones aparecen como el canal menos frecuente, con un 7,9%[1] . En conjunto, los datos apuntan a un modelo de segunda mano muy marcado por el canal digital, aunque todavía convive con formas de intercambio más tradicionales, como los contactos personales, los mercadillos y las tiendas físicas.

Finalmente, es importante destacar que, independientemente del canal que desencadena el intercambio, el 51% de las compras de segunda mano se producen en el mismo municipio o provincia, fomentando así el intercambio de proximidad entre particulares.

Gráfico 6. Factores más valorados al comprar o recibir productos de segunda mano



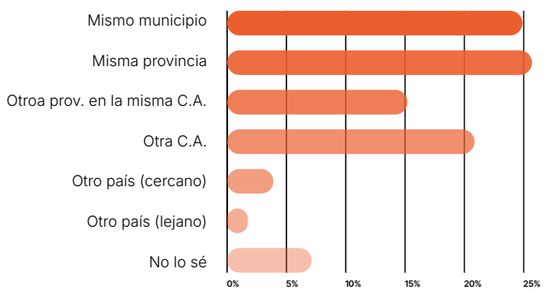
[1] Este porcentaje podría estar sesgado por el carácter online de la encuesta, que puede infrarrepresentar a perfiles con menor acceso digital o menor renta, potencialmente vinculados a la recepción de donaciones.

Gráfico 7. Principales canales de compra o recepción de productos de segunda mano



Los porcentajes del presente gráfico se han calculado en base a las personas que han declarado comprar o recibir bienes de segunda mano en el último año.

Gráfico 8. Lugar desde donde se realizan las compras de productos de segunda mano



Vendedores

En el otro lado de los intercambios de segunda mano están los vendedores o personas que donan sus productos. En el gráfico 9 se presentan los aspectos que los vendedores consideran más importantes al vender o donar productos de segunda mano.

Las principales motivaciones de las personas que venden o donan sus bienes de segunda mano no tienen tanto que ver con motivos económicos, sino que predominan las motivaciones relacionadas con el aprovechamiento de los productos y la sostenibilidad. Evitar tirar objetos que todavía tienen utilidad y darles una segunda vida, así como liberar espacio en casa, son las razones más mencionadas, lo que refleja una creciente concienciación sobre la reutilización y el consumo responsable. En línea con estos resultados, tan solo el 12% de las personas que vendieron o donaron productos considera que la venta de segunda mano le ha permitido financiar otras compras o mantener su nivel de consumo.

En línea con las conclusiones del apartado de compra y recepción, las plataformas online se consolidan como el principal canal de intercambio del mercado de segunda mano, aunque su protagonismo es aún mayor en el caso de venta y donación. El 62,2% de la población que vende o da salida a productos reutilizados utiliza plataformas digitales, seguido del intercambio entre contactos, con un 33,3%. Los canales físicos tienen un peso más limitado, lo que sugiere que la venta de segunda mano se organiza principalmente a través de entornos digitales y redes de proximidad. Además, el 15,9% recurre a donaciones, lo que refleja que la reutilización no siempre responde a una lógica económica, sino también a la voluntad de alargar la vida útil de los productos, e incluso buscan ayudar a personas que puedan necesitar el producto. Finalmente, en línea con los resultados del apartado anterior sobre intercambios de proximidad, el 52% de las ventas de segunda mano se producen en el mismo municipio o provincia.

Cuando un producto deja de utilizarse, existen numerosas formas de gestionarlo alternativas a la venta. Estas opciones incluyen desde guardarlo, repararlo o entregarlo a una organización social, hasta depositarlo en un punto limpio o desecharlo. Desde el punto de vista ambiental, estas opciones no tienen el mismo valor: la normativa española de residuos establece una jerarquía de gestión que prioriza la prevención, la reutilización y el reciclado frente a otras formas de valorización o eliminación (BOE, 2022). En este contexto, los resultados del gráfico 12 muestran que el punto limpio o reciclaje es una de las principales alternativas para la mayoría de las categorías, especialmente en muebles, hogar, electrónica y electrodomésticos. Esto sugiere que, para determinados productos, existe una mayor conciencia social sobre la necesidad de recurrir a canales específicos de gestión, concretamente para productos voluminosos y RAEE (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos). También destaca el papel de las organizaciones sociales, especialmente en productos vinculados a la cultura y al ocio, ropa y artículos infantiles, donde la donación permite alargar la vida útil de estos productos y facilitar su acceso a hogares con menos recursos. Por su parte, la reparación gana peso en categorías como coches, motos y transporte, aunque para estas categorías también se observa una mayor proporción de respuestas “no lo sé” o “no aplica” ante la pregunta de qué harían con el producto si no pudieran venderlo ni donarlo. Mientras que la opción de guardar el producto sigue teniendo cierta relevancia en casi todas las categorías, es especialmente común en los bienes de cultura. En conjunto, los datos muestran que una parte importante de la población que vende productos de segunda mano recurre, en caso de no vender, a alternativas que mantienen el producto dentro de circuitos de reutilización, reparación o gestión separada, aunque todavía persisten hábitos menos circulares como tirar sin reciclar, que se suman a la incertidumbre sobre qué hacer con determinados bienes.

Gráfico 9. Factores más valorados al vender o donar productos de segunda mano

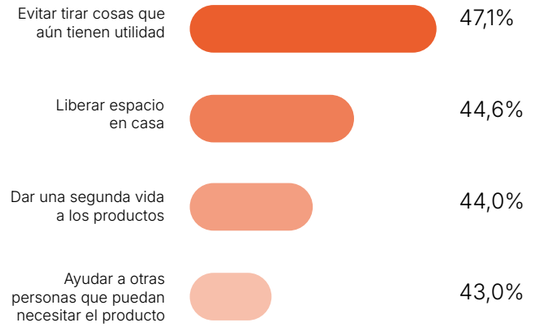


Gráfico 10. Principales canales de venta o donación de productos de segunda mano



Los porcentajes del presente gráfico se han calculado en base a las personas que han declarado vender o donar bienes de segunda mano en el último año.

Gráfico 11. Lugar desde donde se realizan las ventas de productos de segunda mano

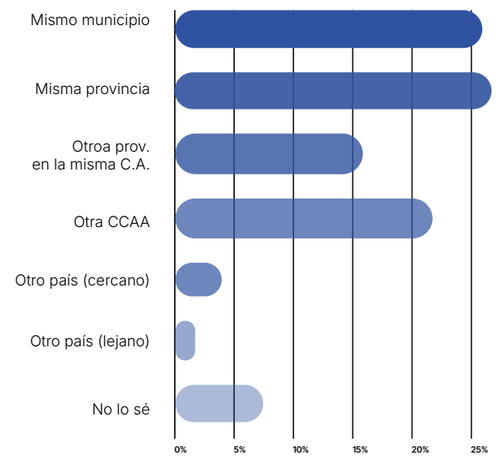
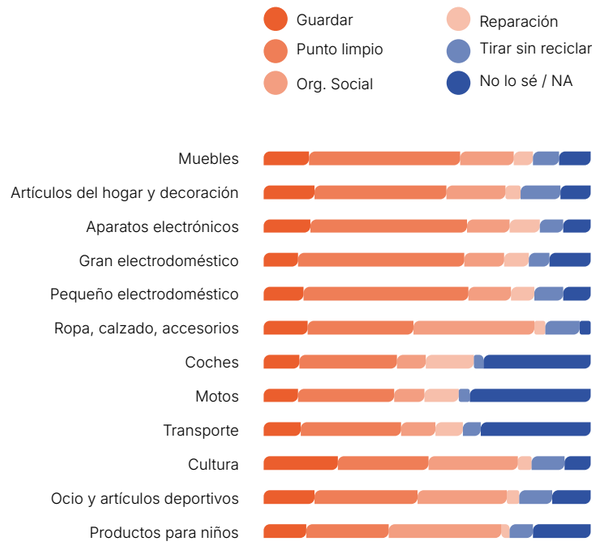


Gráfico 12. Gestión de los bienes al final de su vida útil si no se vendieran, por categoría de producto



Mercado de reutilización

La diversidad de formas y canales a través de los que se ejerce la reutilización conlleva que la información disponible esté fragmentada y que la estimación del tamaño real del mercado de la reutilización siga siendo un reto.

En el presente estudio se ha empleado una encuesta representativa de la población española para obtener información sobre los intercambios de bienes reutilizados y aproximar el tamaño del mercado desde la perspectiva de los hogares. En concreto, se han incluido apartados específicos de compra o recepción, y venta o donación, para obtener una visión de la información desde ambos lados de la transacción. Para estimar el tamaño nacional del mercado de segunda mano, se ha calculado una tendencia intermedia entre los datos de las personas que declaran comprar o recibir productos y las que declaran vender o donar. Esta aproximación permite equilibrar ambas perspectivas del mercado (demanda y oferta) y reducir posibles diferencias derivadas del margen de error de la encuesta.

La metodología permite captar prácticas que no siempre quedan reflejadas en registros administrativos o fuentes de mercado, aunque también presenta algunas limitaciones. Al basarse en información declarada por los hogares, los resultados pueden estar sujetos a sesgos de recuerdo, diferencias en la interpretación de las preguntas o imprecisiones en la estimación de importes y frecuencias por parte de las personas encuestadas. Para reducir estos posibles errores, el análisis se ha realizado por categorías de producto, permitiendo una estimación más ordenada y ajustada a las características de cada tipo de bien. Más detalle sobre la encuesta y la metodología de estimación del tamaño del mercado puede consultarse en los anexos A y B.

La tabla 1 muestra la estimación del mercado de segunda mano para cada categoría de producto, calculada a partir de los datos de compra, recepción, venta y donación incluidos en la encuesta. Para cada categoría, se han tenido en cuenta datos como la proporción de población que participa en intercambios de bienes reutilizados, el número medio de unidades intercambiadas, el precio medio declarado en aquellos casos en los que existe transferencia económica y el porcentaje de productos que se reciben o entregan de forma gratuita. Con esta información, se ha calculado el volumen total de unidades reutilizadas en cada categoría a nivel nacional, extrapolando al conjunto de la población o de los hogares según la naturaleza del producto analizado. Y el valor económico asociado a estos intercambios, considerando únicamente aquellos productos en los que hubo una transacción monetaria.

Esta aproximación permite estimar tanto el volumen de productos que circulan en el mercado de segunda mano como su valor económico, incluyendo los intercambios sin transacción económica, que no generan valor de mercado directo, pero forman parte de la reutilización.

El mercado de segunda mano en España alcanza un valor económico total de aproximadamente 18.810 millones de euros, equivalente al 1,11% del PIB de 2025, y un volumen de cerca de 420 millones de unidades intercambiadas. Los resultados también reflejan que la reutilización está más extendida en categorías como ropa, calzado y accesorios y cultura. Aproximadamente el 56% de la población intercambia ropa, calzado y accesorios, y el 44% participa en intercambios vinculados a cultura, como libros, películas o música. En cambio, categorías como coches, motos y transporte presentan una participación más reducida, de en torno al 10% de la población, pero tienen un valor unitario más elevado comparado con otras categorías. En conjunto, la segunda mano aparece como un mercado diverso y con capacidad de generar impacto económico directo.

Tabla 1. Unidades y valor del mercado de segunda mano, por tipo de bien

Categoría	Valor de mercado (millones de euros)	Unidades (millones)
Muebles	807,1	15,7
Artículos del hogar y decoración	507,1	29,0
Aparatos electrónicos	762,5	15,0
Gran electrodoméstico	685,5	7,0
Pequeño electrodoméstico	437,2	13,0
Ropa, calzado, accesorios	2.250,1	155,1
Coches	7.691,2	3,5
Motos	2.345,8	2,1
Transporte	677,3	4,8
Cultura	960,8	95,5
Ocio y artículos deportivos	1.187,0	52,4
Productos para niños	498,6	26,8
TOTAL	**18.810,0**	**419,9**



El potencial del mercado de segunda mano

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, el sector de la reutilización y de la segunda mano está experimentando un momento de expansión tanto en España como a nivel internacional (MITECO, 2025) y los datos de la encuesta respaldan esta tendencia. Actualmente el 40% de la población utiliza el mercado de segunda mano de manera habitual, ya sea como práctica regular, hábito consolidado en su forma de consumir o incluso como canal principal de compra (gráfico 13). Además, casi la mitad de la población afirma usar la segunda mano más que hace tres años, ya sea por la incorporación de nuevos usuarios (10%), o por una mayor frecuencia de uso entre quienes ya participaban en este mercado (39%) (gráfico 14). De cara al futuro, el 89% prevé mantener o aumentar su participación en el mercado de segunda mano (gráfico 15).

Estos datos demuestran que la segunda mano ha ganado peso en los últimos años, convirtiéndose en una tendencia cada vez más asentada en nuestro día a día, pero que aún no ha alcanzado todo su potencial como práctica de consumo.

Parte de la consolidación de la reutilización como práctica habitual depende de la gestión que realiza la población de los productos al final de su vida útil. Como se observa en el gráfico 16, cuando un producto deja de ser útil para su propietario, las prácticas más habituales son cederlo a otras personas, venderlo o reciclar el producto. Si tenemos en cuenta las opciones de venta y donación, ya sea a un conocido a una organización social, gran parte de la población declara intentar dar una segunda vida a sus productos. Esto refleja una tendencia a mantener los bienes en circulación durante más tiempo, práctica especialmente relevante al tener en cuenta que la gran mayoría de los productos intercambiados en el mercado de segunda mano se encuentran en buen estado o como nuevos, según los encuestados.

Gráfico 13. Relación habitual de la población con el mercado de segunda mano

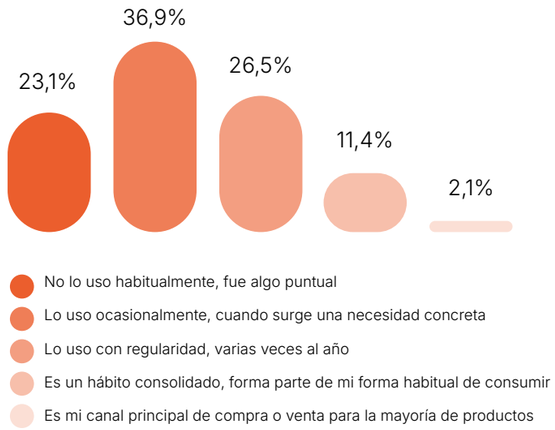


Gráfico 14. Relación en los últimos tres años de la población con el mercado de segunda mano

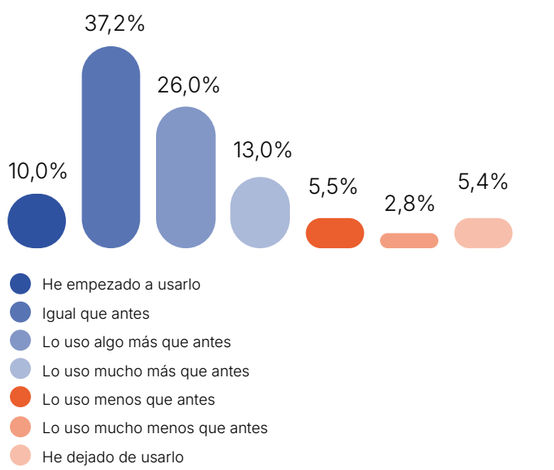


Gráfico 15. Previsión del uso del mercado de segunda mano en los próximos años por la población

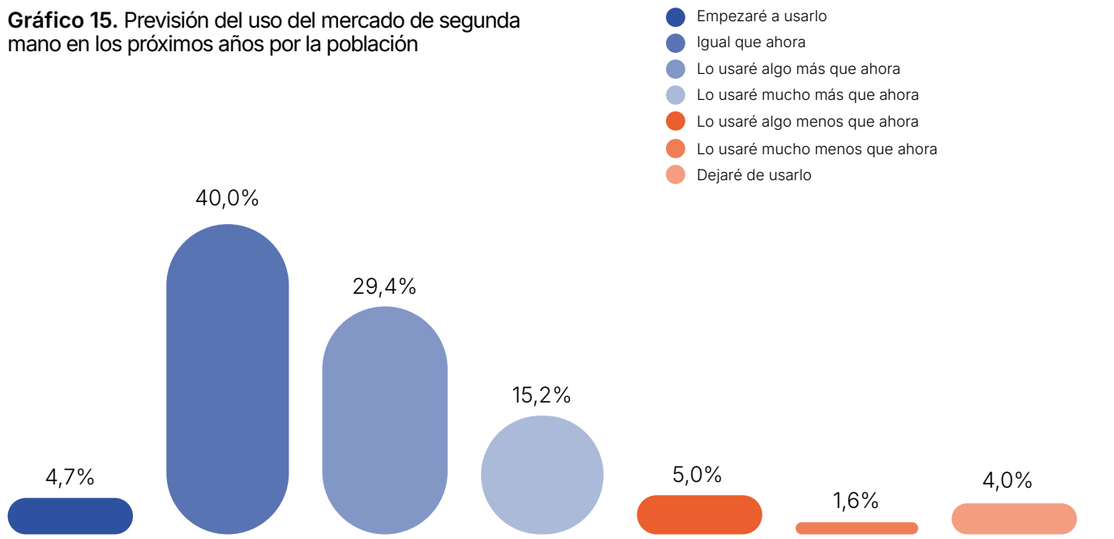
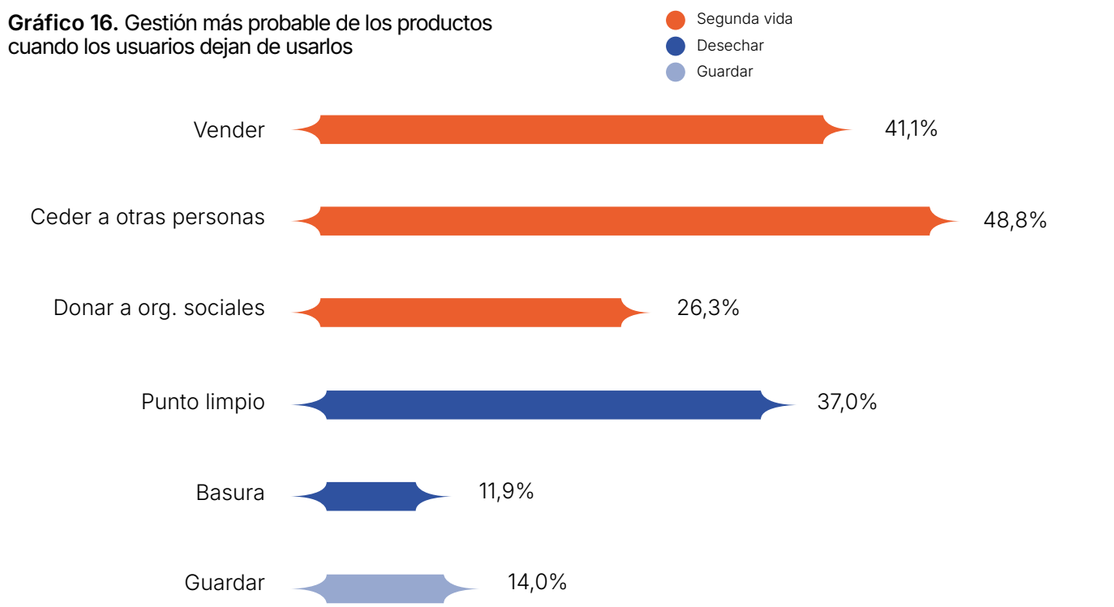


Gráfico 16. Gestión más probable de los productos cuando los usuarios dejan de usarlos



Beneficios para la sociedad

La reutilización es una práctica de consumo con un gran potencial a nivel económico, ambiental y social. La falta de información oficial y agregada, así como la falta de consenso en las metodologías, dificulta la estimación de los impactos positivos de la segunda mano. Sin embargo, a lo largo de este informe se intenta hacer una primera aproximación a su dimensión en España. En el capítulo anterior se ha analizado el tamaño económico del mercado y en las próximas páginas se pondrá el foco en los beneficios que la reutilización puede ofrecer a la sociedad.

La ciudadanía percibe la segunda mano como algo más que una alternativa de consumo y la reconoce como una práctica con capacidad para generar impacto positivo sobre diferentes aspectos. En concreto, el 73,3% de la población cree que la segunda mano favorece el acceso a productos para personas con menos recursos, y el 69,8% ve el potencial de la segunda mano en materia ambiental, con la reducción de residuos y consumo de materias primas. Las personas valoran el potencial social y ambiental de la reutilización.

Uno de los aspectos menos reconocidos de la reutilización es su capacidad para generar empleo. En España, los datos del INE sobre comercio de artículos de segunda mano en establecimientos ofrecen una primera aproximación al tamaño de este mercado, situando la cifra en 5.429 ocupados. Sin embargo, esta estadística deja fuera actividades asociadas a la segunda mano como la recogida, clasificación, reacondicionamiento o logística, necesarias en sistemas más estructurados de reutilización, lo que demuestra que el potencial laboral del sector es considerable. En concreto, merece la pena destacar el papel del sector en empleo inclusivo. RREUSE, la red europea de empresas sociales dedicadas a la economía circular, centrada en la reutilización, la reparación y el reciclaje, estima que las empresas sociales de reutilización crean, de media, 70 empleos por cada 1.000 toneladas recogidas con fines de reutilización (RREUSE, 2021). Este papel social también está reconocido por la normativa española. La Ley 7/2022 de residuos establece que, en los contratos públicos vinculados a la recogida, el transporte y el tratamiento de residuos textiles, muebles y enseres, al menos el 50 % del importe de adjudicación debe reservarse a Empresas de Inserción y Centros Especiales de Empleo de iniciativa social. La contribución de la reutilización al empleo y, en particular, al empleo inclusivo, constituye un impacto relevante con evidencia limitada que deberá analizarse con mayor profundidad en futuros estudios.

Finalmente, en las próximas secciones nos centraremos en el valor ambiental y emocional de la segunda mano.



Valor ambiental de la reutilización

La reutilización y la segunda mano ocupan el primer lugar en la jerarquía de residuos, ya que su beneficio ambiental es doble. Al alargar la vida útil de un producto no solo se evita la generación de un residuo, sino también la fabricación de otro bien para sustituirlo. Este segundo efecto, que tiene lugar sobre los procesos productivos y las cadenas de valor, suele quedar invisible en las estadísticas convencionales de gestión de residuos, que solo contabilizan el tratamiento final. Si consideramos que la extracción y el procesado de materias primas concentran alrededor del 55% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero (GEI) (United Nations Environment Programme, 2024), podemos afirmar que el impacto ambiental evitado por la reutilización es significativo. Cada tonelada de producto que no se fabrica contribuye a reducir la presión sobre los recursos naturales y la crisis climática. Además, cuando un bien se reutiliza, se evita que entre en el flujo de residuos y requiera tratamientos posteriores, como la incineración o el depósito en vertedero, reduciendo así las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a estos procesos.

Aunque la segunda mano también implica cierta carga ambiental asociada a la recogida, clasificación, reparación o distribución de bienes, estos impactos suelen ser reducidos si los comparamos con los beneficios ambientales que genera. De acuerdo con el estudio de Bubinek et al. (2025) Reuse of consumer products: Climate account and rebound effects potential, la reducción del impacto sobre el cambio climático de operar un programa municipal de reutilización se estima en 0,28 kg CO_2e por kg de bien reutilizado, mientras que el ahorro potencial medio alcanza 3,9 kg CO_2e por kg de bien reutilizado, estos resultados dependen de que la reutilización sustituya realmente la compra de un bien nuevo, el producto reutilizado sea de calidad, y que el ahorro económico no se traduzca en un aumento de consumo con alta huella ambiental.

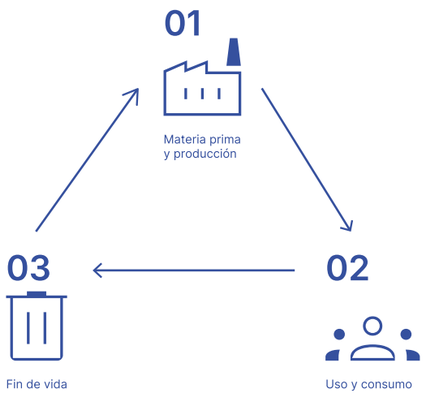
A lo largo de este capítulo se realiza una aproximación a los impactos ambientales evitados por la reutilización en España, poniendo el foco en dos dimensiones principales, el potencial de reducción de la huella de carbono y la prevención de generación de residuos. Aunque el foco del capítulo sean los gases de efecto invernadero y los residuos, la reutilización también genera beneficios en otros ámbitos, como la reducción del consumo de agua y de materias primas como el plástico o los metales.



Análisis de ciclo de vida

Para estimar los impactos ambientales evitados gracias a la reutilización y la segunda mano, se ha tenido en cuenta el enfoque de análisis de ciclo de vida (ACV). Esta técnica permite abordar los impactos ambientales potenciales de un producto a lo largo de las distintas fases que forman su ciclo de vida, desde el aprovisionamiento, la producción, la distribución, el uso y el fin de vida.

Infografía 1. Fases del ciclo de vida.



Para realizar los cálculos del valor ambiental, se ha tenido en cuenta que la reutilización mitiga el impacto asociado a la producción de un bien nuevo, incluyendo el aprovisionamiento y transporte de materias primas, el ensamblaje, moldeo y manipulación, así como el futuro fin de vida de ese bien nuevo. El fin de vida hace referencia a lo que pasa una vez el bien se ha dejado de usar, incluyendo procesos de reciclaje, vertedero e incineración. Por otro lado, se ha asumido que el uso y consumo de un bien nuevo o reutilizado son equivalentes y, por tanto, esta fase del ciclo de vida queda excluida del cálculo del impacto ambiental evitado por la reutilización.

Además, el transporte asociado a la distribución de los bienes desde las fábricas de producción también se ha excluido del cálculo, ya que, aunque el intercambio de productos reutilizados es probable que genere un menor impacto ambiental que la distribución de bienes nuevos, la falta de datos concluyentes ha llevado a considerar ambos impactos como equivalentes. Puede verse más detalle de este cálculo en el Anexo C.

Infografía 2. Fases del ciclo de vida incluidas y excluidas en el análisis.



Una vez identificadas las fases del ciclo de vida evitadas gracias a la reutilización y la segunda mano, se han analizado sus impactos ambientales asociados y, por tanto, también evitados. Concretamente, se calcularon los aspectos ambientales más significativos y con referencia bibliográfica de rigor: la huella de carbono y los residuos.



Huella de carbono de la producción

Para el cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero evitadas se ha empleado la base de datos Base Empreinte de ADEME (Agencia de Transición Ecológica de Francia).

También con el enfoque de análisis de ciclo de vida, esta base de datos recoge los factores de emisión asociados a productos o bienes adquiridos. Los productos están ordenados en unas categorías muy similares a las doce de este estudio y la base de datos detalla, para cada bien del repositorio, los factores de emisión correspondientes a sus distintas fases de producción y distribución.

Para el cálculo, los factores de emisión correspondientes a la etapa de distribución fueron excluidos. Con el resto de los factores, y para cada categoría, se ha calculado un dato representativo promedio de la huella de carbono por unidad de producto. Dicho promedio se ha aplicado a las unidades evitadas para obtener las emisiones de gases de efecto invernadero mitigadas por la reutilización y la segunda mano. Las unidades evitadas son producto del ratio de sustitución identificado en la encuesta y que asciende al 81,3% de media, y que representa aquellas compras de segunda mano que han evitado la compra de un producto nuevo.

La reutilización presenta un potencial relevante de reducción de emisiones, con una estimación total de 38,9 millones de toneladas de CO_2e evitadas, 8,03 si no tenemos en cuenta las categorías de motor. La categoría que más destaca es coches, que por sí sola representa el 72,7% de las emisiones evitadas. Aunque el número de unidades es relativamente bajo, el impacto ambiental es muy elevado ya que es un producto con un proceso productivo muy intensivo en carbono. Este fenómeno ocurre también en las categorías de motos y transporte. Sin embargo, este resultado podría variar si se incluyese la fase de uso al análisis. Los vehículos de segunda mano, especialmente los de mayor antigüedad, pueden presentar menor eficiencia energética y mayores emisiones directas que los modelos nuevos, debido a diferencias en el consumo de combustible, tecnología del motor y los estándares ambientales aplicables en el momento de su fabricación. Según datos de la Asociación Nacional de Vendedores y Reparadores (GANVAM), la edad media de los vehículos usados vendidos en España se sitúa en 11,3 años, alcanzando los 15 años si solo tenemos en cuenta los intercambios entre particulares. Tomando de referencia esta información, y los factores de emisión publicados en el Informe Anual 2025 de ANFAC, vemos como los vehículos de segunda mano pueden llegar a generar entre un 37,9% y un 63,1% más de emisiones que los vehículos nuevos[2]. Dado que la encuesta no recoge información suficiente sobre la antigüedad, el tipo de motorización o el uso de los vehículos, este posible diferencial no se ha incorporado a la estimación completa.

También destaca el potencial de la reutilización en el caso de ropa, calzado y accesorios, con 118,1 millones de unidades y 2,8 millones de toneladas de CO_2e evitado. En este caso, el impacto no se explica tanto por la huella individual de cada producto, sino por el gran volumen de artículos que circulan en el mercado de segunda mano. El total de las emisiones evitadas equivale al 81% de todo el CO_2e que absorben los bosques de España en un año (MITECO, 2024).

[2] Cálculos basados en los factores de emisión medios por kilómetro de los turismos de 2010 y 2014 vs. 2025 (0,168 KgCO2e/Km, 0,142 KgCO2e/Km y 0,103 KgCO2e/Km, respectivamente).

Tabla 2. Unidades y emisiones evitadas por categoría de producto

Categoría	Unidades evitadas (millones)	Emisiones evitadas (t CO_2e)
Muebles	12,6	1.604.670,0
Artículos del hogar y decoración	23,8	249.441,2
Aparatos electrónicos	11,9	1.030.567,0
Gran electrodoméstico	5,8	1.247.648,3
Pequeño electrodoméstico	10,6	542.536,0
Ropa, calzado, accesorios	118,1	2.786.202,4
Coches	2,8	28.263.408,6
Motos	1,8	1.921.689,7
Transporte	4,1	682.786,7
Cultura	73,2	80.516,7
Ocio y artículos deportivos	42,7	298.118,1
Productos para niños	22,0	189.030,1
TOTAL	**329,5**	**38.896.614,5**
TOTAL (excluyendo las categorías de coches, motos y transporte)		**8.028.729,7**

Fin de vida. Huella de carbono y residuos

En el ámbito de los residuos, se evitan dos impactos ambientales gracias a la reutilización. Por un lado, como se explicaba en el análisis del ciclo de vida, se evita la generación de más residuos y, por otro lado, y de forma derivada, se evitan las emisiones de gases de efecto invernadero provocadas por su gestión y tratamiento.

Para estimar el destino final de los productos, cada categoría del estudio se ha asociado a los flujos de residuos equivalentes recogidos en las estadísticas del INE y Eurostat. Esta correspondencia permite aproximar qué parte de esos productos habría terminado en recuperación, vertedero o incineración si no se hubiera producido la reutilización.

La recuperación[3] es el destino final predominante en todas las categorías de producto, y en la mayoría de los casos representa alrededor del 80% del destino final. Las categorías con mayor proporción de recuperación como aparatos electrónicos, gran electrodoméstico, y pequeño electrodoméstico parecen ser residuos de aparatos eléctricos y electrónicos con circuitos de gestión más establecidos. En cambio, categorías como ropa, calzado y accesorios, productos para niños, u ocio y artículos deportivos muestran una mayor presencia relativa de vertedero o incineración.

De esta forma, y a partir de las unidades de productos evitados, se han obtenido las cantidades de residuos que se ha evitado llevar a vertedero o ser incinerados. Es relevante señalar que, para el cálculo de las emisiones evitadas en el fin de vida según el tipo de tratamiento, se ha empleado el inventario nacional de gases de efecto invernadero del MITECO.

La reutilización contribuye a reducir la entrada de residuos en tratamientos finales como vertedero e incineración. En conjunto, se estima que se evita el desecho de 916 mil toneladas de residuos, 230 mil si no incluimos las categorías de motor, lo que equivale a 15 días de recogida de residuos municipales en toda España. Además, se evitan alrededor de 2,66 millones de toneladas de CO_2e asociadas a estos procesos. Si se consideran conjuntamente las emisiones evitadas en las fases de producción y fin de vida, la reutilización permite evitar la huella de carbono equivalente a la generada por el 78 % de los turismos en España. Al excluir del cálculo las categorías de motor, esta proporción se sitúa en el 16%.

Cada producto que se reutiliza evita su entrada en los circuitos municipales de recogida, clasificación, recuperación, incineración o vertedero. En base a las estimaciones realizadas para este informe, los residuos evitados por la reutilización podrían llegar a reducir el gasto bruto municipal en gestión de residuos en aproximadamente un 8%, lo que equivale a 357 millones de euros[4].

[3] Según la definición del INE en la Estadística sobre recogida y tratamiento de residuos, las operaciones de recuperación de residuos incluyen operaciones de regeneración, reciclado y compostaje, y excluyen las operaciones de relleno o de recuperación energética.

[4] Cálculo basado en datos de 2023. Para este cálculo se han excluido las categorías de motor (coches, motos y transporte) ya que son gestionadas por vías especializadas.

Gráfico 17. Destino final de los productos por categoría

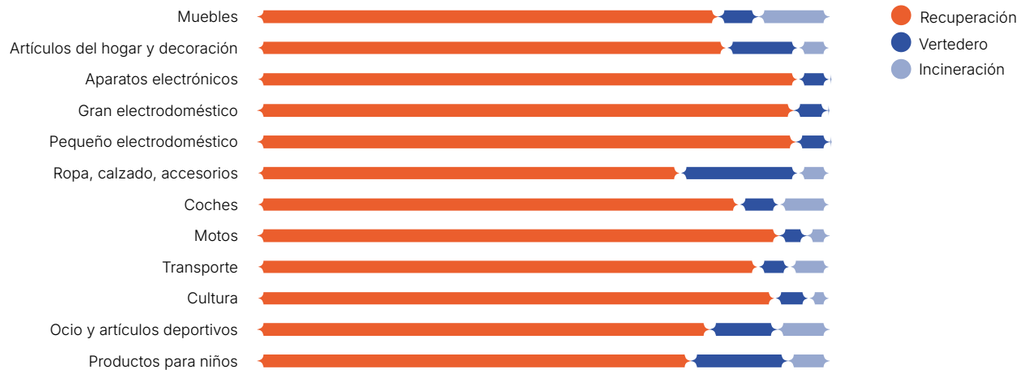


Tabla 3. Toneladas de residuos y emisiones evitadas por tipo de producto

Categoría	Vertedero (toneladas)	Incineración (toneladas)	Emisiones evitadas (t CO_2e)
Muebles	19.778,8	35.661,2	183.753,2
Artículos del hogar y decoración	14.292,1	6.616,8	47.605,4
Aparatos electrónicos	4.706,1	4,0	6.003,7
Gran electrodoméstico	12.002,1	588,6	17.883,5
Pequeño electrodoméstico	5.162,6	4,4	6.586,0
Ropa, calzado, accesorios	8.957,4	2.367,6	21.922,6
Coches	273.412,4	338.510,6	1.853.220,1
Motos	12.767,3	10.630,1	63.514,5
Transporte	22.131,0	28.372,0	154.327,7
Cultura	27.788,8	18.538,5	117.791,6
Ocio y artículos deportivos	23.433,8	17.992,6	109.824,6
Productos para niños	22.663,5	10.151,1	73.971,2
TOTAL	**916.533,4**		**2.656.404,1**
TOTAL (excluyendo las categorías de coches, motos y transporte)	**230.710,0**		**585.341,8**

Beneficios para el usuario.
Valor emocional de la reutilización.

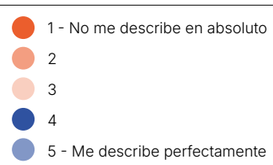
La reutilización no solo genera beneficios económicos y ambientales, también tiene un componente emocional relevante para las personas. Comprar, vender, donar o dar una segunda vida a los productos puede producir satisfacción personal, sensación de utilidad y de coherencia entre nuestros valores y nuestros hábitos de consumo. En este sentido, la segunda mano no se percibe únicamente como una alternativa más barata, sino también como una forma de consumir con mayor propósito. El 65% de la población considera que la segunda mano afecta positivamente a su calidad de vida.

Los resultados de la encuesta muestran que este valor emocional está ampliamente presente entre la población. El 71% afirma que le produce satisfacción dar una segunda vida a los productos, ya sea por su componente social al llegar a personas con menos opciones o por su componente ambiental. Esta combinación de satisfacción personal, utilidad social y menor impacto ambiental contribuye a que la segunda mano sea percibida como una práctica positiva, no solo por lo que permite ahorrar o evitar, sino también por cómo hace sentir a quienes participan en ella.

En definitiva, el impacto de la reutilización no se limita a los productos que circulan o a los residuos que se evitan, sino que también se expresa en una forma de bienestar vinculada a consumir de manera más consciente, responsable y alineada con las preocupaciones sociales y ambientales de la ciudadanía.



Gráfico 18. Emociones experimentadas con la reutilización













El futuro de la reutilización

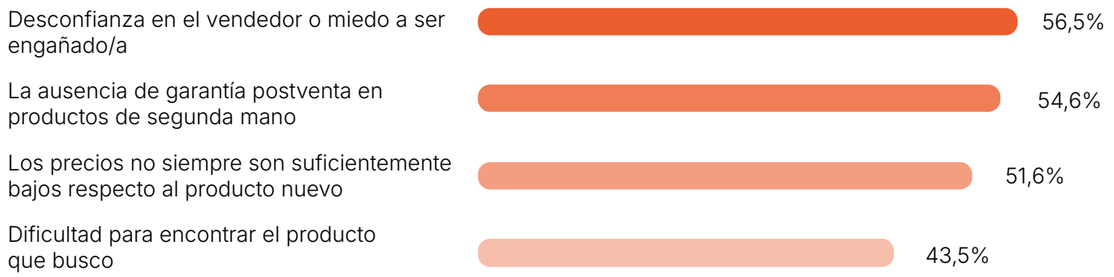
Motores y barreras de la reutilización

Para entender el futuro de la reutilización, es importante conocer qué motiva a los consumidores a participar en el mercado de segunda mano, tanto desde la compra como desde la venta. Analizar estos factores permite comprender qué impulsa la adopción de este modelo de consumo y qué elementos pueden favorecer a su crecimiento y consolidación en los próximos años.

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, la participación en el mercado de la reutilización se ve motivada por factores ambientales, económicos, prácticos e incluso sociales. En el caso de la compra o recepción de bienes, la principal motivación es económica. En concreto, las personas buscan el ahorro frente a la compra de artículos nuevos, productos a precios bajos y acceder a productos que de otra forma no podrían permitirse. También destaca la diferenciación de encontrar productos únicos. En cuanto a la venta o donación, las personas destacan motivaciones con fondo más social, ambiental o práctico. La población valora especialmente evitar que productos todavía útiles acaben desechados, liberar espacio en casa y facilitar que esos bienes tengan una segunda vida, ya sea a través de su venta o de su donación a otras personas que puedan necesitarlos.

A pesar del creciente interés por el mercado de segunda mano, todavía existen algunas barreras que superar para maximizar su desarrollo. La principal es la desconfianza en el vendedor y el temor a ser engañado, señalada por el 56,5% de los encuestados, lo que pone de manifiesto la importancia de generar confianza y transparencia en las transacciones. También destacan la ausencia de garantías posventa en los productos de segunda mano con un 54,6% de las respuestas y la percepción de que, en ocasiones, los precios no son lo suficientemente bajos en comparación con los productos nuevos, con un 51,6%. En conjunto, estos resultados muestran que los principales frenos de la segunda mano están relacionados con la confianza, la seguridad en la transacción y la percepción del valor ofrecido.

Gráfico 19. Principales frenos de la reutilización





De la intención a la acción: Recomendaciones para el impulso de la reutilización

Las motivaciones y barreras identificadas permiten entender qué impulsa o dificulta la reutilización. El siguiente paso es conocer qué medidas podrían favorecer el crecimiento de la segunda mano. Para ello, se han analizado tanto las iniciativas que mejorarían la experiencia de compra de los consumidores como las políticas públicas que contribuirían a impulsar la reutilización. Estos resultados combinan la percepción de la ciudadanía recogida a través de la encuesta, con las recomendaciones y reflexiones de los agentes del sector.

Como se observa en el gráfico 20, los resultados muestran que las medidas que la población considera más eficaces para impulsar el mercado de segunda mano responden, en gran medida, a las barreras identificadas anteriormente. Para un 56,6% de los encuestados, ofrecer precios más bajos que los de los productos nuevos sería el principal factor para fomentar este mercado. A ello se suma la importancia de contar con vendedores fiables, aspecto señalado por el 42,4% de los participantes, lo que refuerza la necesidad de generar confianza en las transacciones. En esta línea, aunque aún exista cierta desconfianza en torno a la seguridad de las transacciones de segunda mano, las plataformas del sector llevan años desarrollando mecanismos para reducir estos riesgos, como los sistemas de pago protegido, la verificación de perfiles, los seguros de envío o las herramientas de detección del fraude. Más allá del precio y la confianza, los consumidores también valoran medidas que faciliten el proceso de compra. Entre ellas destacan medidas dirigidas a mejorar la experiencia de compra, como facilitar la recogida y entrega de los productos, reforzar las garantías y las políticas de devolución, ofrecer información clara sobre el estado de los artículos y disponer de plataformas digitales más intuitivas. Asimismo, la conciencia medioambiental emerge como otro factor relevante. Por último, aunque con menor nivel de apoyo, los incentivos fiscales para el consumidor se posicionan como un aspecto clave para un 24% de los encuestados para fomentar la segunda mano. Una vez identificados los aspectos con mayor potencial para impulsar el mercado de segunda mano, el siguiente paso consiste en analizar qué actores deberían asumir el papel protagonista en su desarrollo. Para ello, se analiza la percepción de los encuestados sobre el rol del sector público y del sector privado, así como el apoyo a diferentes políticas públicas dirigidas a impulsar la reutilización.

Los resultados muestran un amplio consenso sobre la necesidad de una actuación conjunta entre el sector público y el privado para impulsar el mercado de segunda mano. En concreto, el 54,5% de los encuestados considera que ambos actores deberían compartir un papel protagonista en su desarrollo. La otra mitad se reparte entre quienes atribuyen el papel principal al sector privado y quienes lo asignan al sector público, mientras que solo una proporción minoritaria considera que ninguno de los dos debería asumir ese liderazgo.

La importancia que los ciudadanos atribuyen al sector público también se refleja en el elevado apoyo que reciben las distintas medidas públicas planteadas para impulsar el mercado de segunda mano. En términos generales, todas las iniciativas cuentan con un amplio respaldo por parte de la población, ya que en todos los casos alrededor de dos tercios de los encuestados afirma que las apoyaría o las apoyaría totalmente. Este elevado nivel de consenso evidencia la percepción de que las administraciones públicas pueden desempeñar un papel relevante en el desarrollo del mercado de segunda mano.

Las propuestas con mayor apoyo son la reducción del IVA en transacciones de segunda mano entre comercios y particulares, con un 75,4%, y las plataformas o mercadillos públicos en municipios, con un 72,3%. A estas se suman los programas públicos de recogida y distribución de apoyo, y los incentivos al consumidor, como ecocheques, ambas con un 71,9%. El apoyo generalizado a estas medidas pone de manifiesto que el fomento de la segunda mano no depende de una única medida, sino de un conjunto de actuaciones complementarias. Además, las medidas mejor valoradas están relacionadas con dos de los principales frenos identificados: el precio y la desconfianza. La reducción del IVA en las transacciones de segunda mano y los incentivos al consumidor actúan directamente sobre el coste de acceso a estos productos. Mientras que la creación de plataformas o mercadillos públicos y programas de recogida y redistribución pueden contribuir a estandarizar el intercambio y generar una experiencia más estructurada y segura con respaldo público.

El apoyo que recibe la creación de plataformas o mercadillos públicos en la encuesta refleja una predisposición favorable hacia la creación de espacios de compraventa e intercambio de productos de segunda mano. Para promover estos espacios, no es necesario desarrollar nuevos canales, sino que podrían explorarse fórmulas de colaboración con plataformas y redes ya consolidadas. De este modo, las administraciones públicas pueden optimizar sus recursos y actuar como impulsoras de la reutilización, al mismo tiempo que aprovechan la experiencia, la infraestructura y el alcance de los operadores existentes

Gráfico 20. Aspectos que fomentan el intercambio de productos de segunda mano

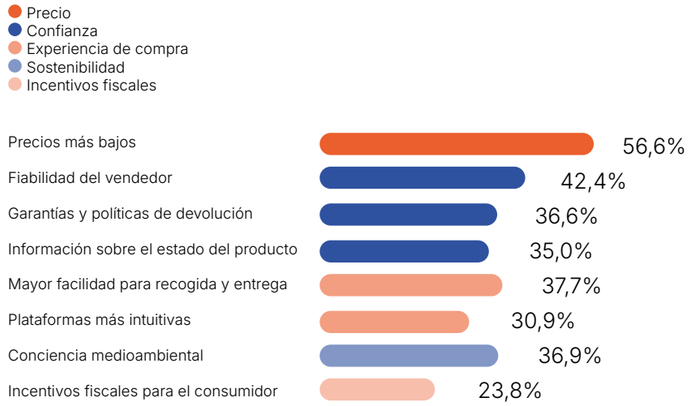


Gráfico 21. Percepción sobre el rol principal en el desarrollo del mercado de segunda mano

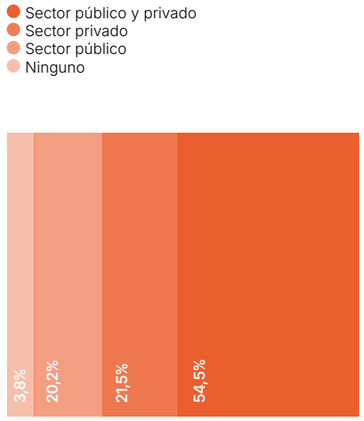


Gráfico 22. Iniciativas públicas para fomentar el mercado de segunda mano



De la predisposición social a la acción: la visión del Movimiento Re-Úsalo

Los resultados muestran que existe una predisposición favorable hacia la reutilización, pero también que su consolidación como una alternativa cotidiana de consumo no depende únicamente de la voluntad individual. El precio, la confianza, la facilidad de acceso y las condiciones en las que compite la segunda mano frente a otras alternativas más tradicionales condicionan de forma directa las decisiones de los ciudadanos.

Desde el Movimiento Re-Úsalo consideramos que el siguiente paso es facilitar la reutilización y convertirla en una opción más accesible, competitiva y fiable. Esto requiere combinar medidas dirigidas a facilitar las decisiones de los consumidores con cambios estructurales que favorezcan el desarrollo del sector.



01. Mejorar la competitividad de la reutilización

El precio puede ser tanto una barrera, si no es suficientemente bajo, como un incentivo para el consumo de segunda mano. Desde el Movimiento Re-Úsalo consideramos necesario promover incentivos que faciliten estas decisiones de consumo, como los ecocheques para productos reutilizados o reacondicionados, así como otras fórmulas de bonificación o reembolso.

La reducción del IVA es, además, la medida que obtiene un mayor respaldo entre los encuestados. Su aplicación contribuiría a hacer más competitivos los productos reutilizados frente a otras alternativas de consumo y a facilitar su acceso a un mayor número de personas, favoreciendo así la consolidación de la reutilización como una opción de consumo habitual.

02. Reforzar la confianza del consumidor

La desconfianza hacia el vendedor y la ausencia de garantías figuran entre los principales frenos identificados. Además de los mecanismos ya desarrollados por los operadores —como la verificación de usuarios, los sistemas de valoración o los pagos protegidos—, facilitar información clara sobre el estado de los productos puede reforzar la confianza. No obstante, cualquier nuevo requisito de información debe ser proporcionado y adaptarse a la realidad del mercado C2C, evitando generar barreras adicionales que dificulten la compraventa de productos de segunda mano.

03. Facilitar la colaboración público-privada

El elevado apoyo a la creación de plataformas o mercadillos públicos refleja una predisposición favorable hacia espacios que faciliten la compraventa, el intercambio y la segunda vida de los productos. Para promoverlos, no es necesario desarrollar nuevos canales. Las administraciones pueden explorar fórmulas de colaboración con plataformas digitales, entidades sociales y redes de reutilización ya consolidadas, aprovechando su experiencia, infraestructura y alcance.

04. Utilizar la contratación pública como palanca para normalizar la reutilización

El sector público puede contribuir de manera directa al impulso de la reutilización incorporando progresivamente productos reutilizados, reacondicionados o de segunda mano en categorías como mobiliario, equipamiento tecnológico o material de oficina. La inclusión de criterios de reutilización en la contratación pública permitiría a las administraciones predicar con el ejemplo, dar visibilidad a estas alternativas y contribuir a normalizar su uso.

05. Garantizar unas reglas del juego equilibradas entre los distintos modelos de consumo

Impulsar la reutilización no depende únicamente de incentivar su demanda, sino también del contexto en el que compite. Desde el Movimiento Re-Úsalo consideramos necesario que todos los operadores que participan en el mercado estén sujetos a estándares equivalentes de protección al consumidor, seguridad, sostenibilidad y cumplimiento normativo, evitando que las asimetrías regulatorias favorezcan modelos basados en la sustitución rápida de productos.

06. Promover la educación y la cultura de la segunda mano

A estas medidas debe añadirse una dimensión cultural. Facilitar que la reutilización sea competitiva no será suficiente si no se acompaña de una transformación en nuestra relación con los productos. Por ello, desde el Movimiento Re-Úsalo defendemos el desarrollo de campañas de sensibilización y educación para el consumo consciente que pongan en valor la durabilidad, el mantenimiento, la reparación y la segunda vida de los bienes, pero también el valor económico y social de la segunda mano: permite a los hogares ahorrar, generar ingresos adicionales y, a través de modelos vinculados a la economía social, crear oportunidades de inserción sociolaboral. El objetivo debe ser proporcionarle al consumidor información, alternativas e incentivos que le permitan desempeñar un papel activo en el cambio.

En conclusión, los resultados muestran que existe una base social favorable para seguir ampliando el mercado de la reutilización. Sin embargo, transformar esa predisposición en un cambio estructural de los hábitos de consumo requiere actuar sobre las condiciones que determinan las decisiones de compra. El precio, la confianza y la facilidad de acceso siguen siendo elementos decisivos. Por ello, el futuro de la reutilización pasa por combinar incentivos económicos, mecanismos que refuercen la seguridad y la información, canales que faciliten el intercambio, una mayor implicación de las administraciones públicas y unas condiciones regulatorias equilibradas entre los distintos modelos de consumo.

Desde el Movimiento Re-Úsalo entendemos que la reutilización no debe abordarse únicamente desde la óptica de la gestión de residuos, sino también como una cuestión de consumo, competitividad y aprovechamiento eficiente de los recursos. El objetivo debe ser avanzar hacia un entorno en el que reutilizar resulte sencillo, atractivo y económicamente competitivo para ciudadanos, empresas y administraciones. Estas conclusiones están en línea con la evidencia internacional. La Comisión Europea (2025) destaca la necesidad de garantizar que la información, protección al consumidor y condiciones de compra de productos de segunda mano estén al mismo nivel que de los productos nuevos, medidas fundamentales para mejorar la confianza en el mercado de la reutilización. Además, la Agencia Europea de Medio Ambiente (2026) señala que las estructuras de precios, los marcos regulatorios y las infraestructuras actuales siguen favoreciendo la compra de productos nuevos frente a su reutilización o reparación. En este contexto, tanto la Agencia Europea de Medio Ambiente (2026) como la OCDE (2025) destacan que impulsar la reutilización requiere corregir estas condiciones mediante instrumentos económicos, marcos regulatorios e infraestructuras públicas que hagan la segunda mano más accesible, competitiva y fiable.

Anexos

Anexo A. Encuesta sobre hábitos y percepción de la reutilización

Anexo B. Estimación del tamaño del mercado de segunda mano

Anexo C. Estimación de los impactos ambientales evitados por la reutilización



Anexo A. Encuesta sobre hábitos y percepción de la reutilización

La encuesta se ha realizado sobre una muestra representativa de 1.050 personas residentes en España y mayores de 18 años. Para este tamaño muestral, el margen de error es de aproximadamente el 3% para un nivel de confianza del 95%. El cuestionario se ha organizado en cinco bloques temáticos destinados a recoger información sobre las distintas dimensiones de la reutilización y la participación en el mercado de segunda mano. Esta estructura permite diferenciar el perfil de las personas participantes, sus hábitos de reutilización, las motivaciones asociadas a estas prácticas, los beneficios percibidos y las percepciones sobre las medidas que pueden favorecer su desarrollo.

Bloque 1. Perfil sociodemográfico de las personas encuestadas.

Este bloque tiene como objetivo caracterizar el perfil de las personas participantes y describir la composición de la muestra. Para ello, se recoge información sobre el género, la edad, el lugar de residencia, el nivel de estudios, la situación laboral, la vinculación con el sector de la segunda mano, la situación familiar, la composición del hogar y el nivel de renta.

Bloque 2. Hábitos y prácticas de reutilización: compra-recepción y venta-donación.

Este bloque, dividido en dos apartados, tiene como objetivo caracterizar los hábitos de reutilización de la población a través de su participación en el mercado de segunda mano. Para ello, analiza tanto la adquisición de productos (mediante compra o recepción gratuita) como su salida del hogar (venta o donación), considerando el tipo de productos intercambiados, el volumen y valor de las transacciones, los canales utilizados, el estado de los artículos y el ámbito geográfico de los intercambios.

Bloque 3. Motivaciones para reutilizar y participar en el mercado de segunda mano.

Este bloque tiene como objetivo identificar los principales factores que impulsan la participación de la población en el mercado de segunda mano. Para ello, se analizan las motivaciones asociadas tanto a la compra o recepción de productos reutilizados, como a su venta o donación, considerando aspectos económicos, prácticos, sociales y ambientales. Además, se evalúa la importancia que las personas participantes atribuyen a la sostenibilidad y al impacto ambiental en sus decisiones relacionadas con la reutilización.

Bloque 4. Beneficios percibidos de la reutilización.

Este bloque analiza las percepciones de la población sobre los beneficios asociados a la reutilización y al mercado de segunda mano. Para ello, recoge información sobre la contribución que estas prácticas tienen al bienestar emocional, la valoración de los productos reutilizados frente a los nuevos, la identificación con valores vinculados al consumo responsable y la sostenibilidad, así como la percepción de sus beneficios económicos, sociales y ambientales.

Bloque 5. Impulso a la reutilización: percepciones, medidas y actores.

Este bloque analiza los factores que pueden impulsar el desarrollo del mercado de segunda mano. Para ello, recoge información sobre las principales barreras que limitan su utilización, las medidas e iniciativas que podrían favorecer a su desarrollo, el grado de apoyo a distintas políticas públicas y el papel que deberían desempeñar las administraciones públicas y el sector privado en su impulso.







Para las preguntas relacionadas con la compra, recepción, venta y donación de artículos de segunda mano, los artículos se clasifican en doce categorías. Cada categoría se acompaña de una descripción para garantizar homogeneidad en los criterios de respuesta. La tabla A.1 muestra las categorías de productos empleadas en el cuestionario y sus definiciones.

Tabla A.1. Detalle de categorías de productos

Muebles
Sofás, sillones, sillas, mesas, camas, armarios, estanterías, escritorios y cualquier otro mueble de interior o exterior.

Artículos del hogar y decoración
Menaje de cocina, vajilla, cubertería, textiles del hogar (cojines, cortinas, mantas), iluminación, espejos, cuadros, plantas artificiales, objetos decorativos, artículos de jardinería (macetas, herramientas, etc.) y de mascotas (jaulas, peceras, correas, comederos). No incluye electrodomésticos ni muebles.

Aparatos electrónicos
Teléfonos móviles, tablets, ordenadores portátiles y de sobremesa, televisores, consolas de videojuegos, cámaras fotográficas, auriculares, altavoces y otros dispositivos electrónicos. No incluye electrodomésticos.

Grandes electrodomésticos
Frigorífico, lavadora, secadora, lavavajillas, horno, vitrocerámica, campana extractora y otros electrodomésticos de gran tamaño que requieren instalación fija o son difíciles de transportar.

Pequeños electrodomésticos
Cafetera, microondas, tostadora, batidora, aspirador, plancha, secador, freidora de aire y otros electrodomésticos de uso doméstico que se pueden transportar con facilidad.

Ropa, calzado y accesorios
Ropa de adulto e infantil de cualquier tipo, incluida ropa deportiva, calzado de todo tipo incluido el deportivo, bolsos, cinturones, joyería, relojes y complementos de moda.

Coches
Vehículos de motor destinados al transporte de personas, independientemente de su tipo de combustible (gasolina, diésel, híbrido o eléctrico).

Motos
Motos y ciclomotores.

Transporte (sin coches/motos)
Patinetes eléctricos, quads y sus piezas, repuestos y accesorios, excluyendo coches y motos. No incluye bicicletas ni patinetes no motorizados (ver Artículos deportivos y ocio).

Cultura
Libros, cómics, revistas, DVDs, Blu-rays, vinilos, CDs, videojuegos físicos e instrumentos musicales.

Artículos deportivos y ocio
Equipamiento deportivo (pesas, raquetas, tablas de surf, esquís...), bicicletas, patinetes no motorizados, juegos de mesa, material de camping y actividades al aire libre. No incluye ropa ni calzado (ver Ropa, calzado y accesorios).

Productos para niños
Juguetes, cochecitos, tronas, cunas, ropa y calzado infantil, material escolar y cualquier producto destinado específicamente a menores de 12 años.

Tabla A.2. Perfil sociodemográfico de la muestra

Variable	Categoría	%[1]
Edad	18-24	9,1%
	25-34	13,5%
	35-44	19,0%
	45-54	22,8%
	55-64	18,7%
	+65	17,0%
Género	Hombre	48,4%
	Mujer	51,6%
Nivel de estudios	Sin estudios / estudios primarios incompletos	0,6%
	Educación primaria	3,5%
	Educación secundaria	8,2%
	Bachillerato o Formación Profesional de grado medio	24,6%
	Formación Profesional de grado superior	16,4%
	Grado universitario / Diplomatura / Licenciatura	33,3%
	Máster universitario	10,3%
	Doctorado	2,8%
	No contesta	0,4%
Situación laboral	Trabajo por cuenta ajena	54,8%
	Trabajo por cuenta propia / autónomo	9,3%
	Estudiante	6,1%
	Se dedica principalmente a las tareas del hogar / cuidado	3,7%
	Desempleado / en busca de empleo	7,4%
	De baja temporal por enfermedad	0,5%
	Enfermedad o discapacidad de larga duración	1,5%
	Jubilado o prejubilado	16,2%
	No contesta	0,5%
Nivel de renta	0€ - 14.999€	9,6%
	15.000€ - 19.999€	11,1%
	20.000€ - 29.999€	22,4%
	30.000€ - 39.999€	20,0%
	40.000€ - 49.999€	14,0%
	50.000€ - 59.999€	6,9%
	+60.000€	11,3%
	Prefiero no responder	4,8%
Participación en actividades de reutilización[2]	Comprar / Recibir	58,6%
	Vender/ Donar	71,2%
	Reparar	37,9%
	Ninguna actividad	11,6%

Nota 1: porcentajes calculados sobre el total de la muestra. N = 1.050.

Nota 2: Los porcentajes de la variable "participación en actividades de reutilización" no suma 100%, ya que una misma persona puede practicar varias actividades.

Anexo B. Estimación del tamaño del mercado de segunda mano

Para estimar el tamaño del mercado de segunda mano se ha recurrido a los datos de la encuesta demoscópica. A partir de los apartados de compra y de venta de la encuesta se han realizado los siguientes cálculos y estimaciones para cada categoría de producto:

El porcentaje de la población que intercambia bienes de segunda mano, ya sea con transacción económica o no → % población

El número medio de unidades que estas personas intercambian → uds./persona

En el caso de intercambios de compra y venta, el precio medio por el que se intercambia cada bien → precio

El porcentaje de productos que se intercambian sin transacción económica (donación y recepción gratuita) → % productos donados o recibidos

Con estos datos se ha calculado el volumen total de unidades reutilizadas en cada categoría a nivel nacional, extrapolando al conjunto de la población o de los hogares según la naturaleza del producto analizado y si corresponde a un producto de uso individual o de uso familiar o de hogar.
Y el valor económico asociado a estos intercambios, considerando únicamente aquellos productos en los que hubo una transacción monetaria. A nivel matemático:

Para las categorías muebles, artículos del hogar y decoración, aparatos electrónicos, electrodomésticos de gran y pequeño tamaño, coches, motos, transporte y productos infantiles, se ha extrapolado al conjunto de hogares.

$$\frac{\text{Nº de unidades totales}}{\text{(uds./persona) * (\% población) * (Nº de hogares)}}$$

Para las categorías ropa, calzado y accesorios, cultura, y ocio y artículos deportivos, se ha extrapolado al conjunto de la población.

$$\frac{\text{Nº de unidades totales}}{\text{(uds./persona) * (\% población) * (Nº de personas)}}$$

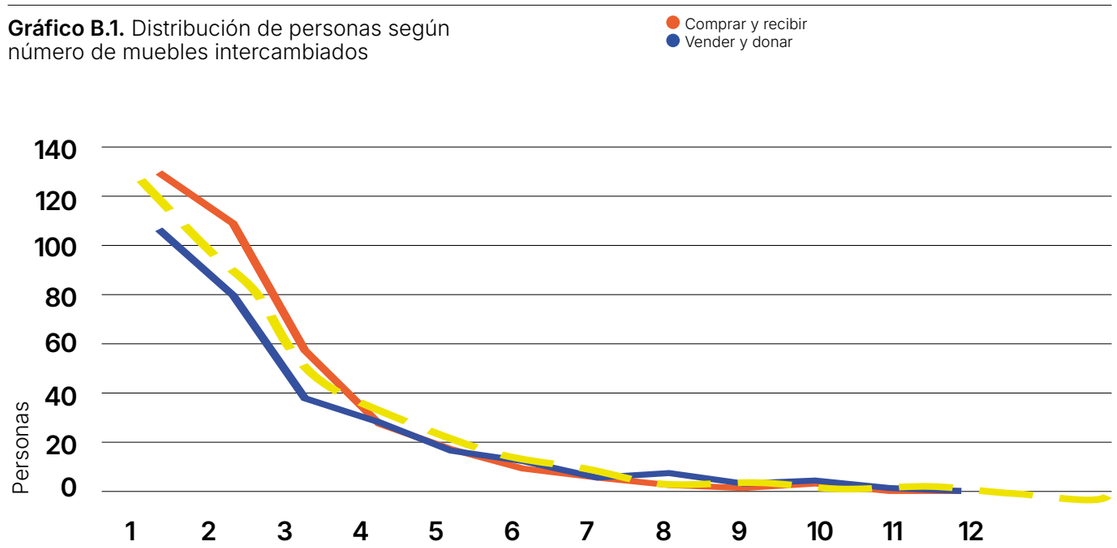
Posteriormente, el valor monetario del mercado se ha estimado de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Valor de mercado (€)}}{\text{(uds. totales) * (precio) * (1 - \% productos donados o recibidos)}}$$

Para estimar el tamaño nacional del mercado de segunda mano, se ha calculado una tendencia intermedia entre las personas que declaran comprar o recibir productos y las que declaran vender o donar (unidades y precios promedios).

Esta aproximación permite equilibrar ambas perspectivas del mercado (demanda y oferta) y reducir posibles diferencias derivadas del margen de error de la encuesta. Este cálculo es equivalente a la línea amarilla del gráfico B.1, que representa el caso concreto de la categoría muebles a modo de ejemplo ilustrativo.

Gráfico B.1. Distribución de personas según número de muebles intercambiados



Anexo C. Estimación de los impactos ambientales evitados por la reutilización

Para estimar los impactos ambientales evitados gracias a la reutilización y la segunda mano se ha tomado el enfoque de análisis de ciclo de vida (ACV). Esta técnica aborda los impactos ambientales potenciales asociados a todo el ciclo de vida de un producto. Las fases del ciclo de vida de los productos son: aprovisionamiento de materias primas, producción y ensamblaje; distribución de fábrica a punto de compra; uso y consumo; fin de vida.

La reutilización y el uso del mercado de segunda mano evitan la compra de productos nuevos. Para estimar el impacto ambiental evitado por la reutilización, asumimos que, al evitar la compra de un bien nuevo, evitamos también el aprovisionamiento, producción, ensamblaje, y fin de vida de dicho bien.

En concreto, se han tenido en cuenta las siguientes consideraciones para cada fase durante el proceso de cálculo:

01. **Aprovisionamiento de materias primas, producción y ensamblaje**

La reutilización evita el impacto ambiental de la producción de un bien nuevo. Esto incluye la obtención y transporte de materias primas, y el proceso posterior de manipulación y ensamblaje hasta obtener el nuevo producto final.

02. **Distribución de fábrica a punto de compra**

Esta fase incluye el transporte del producto final desde la fábrica hasta su punto de venta, incluyendo todos los desplazamientos intermedios entre almacenes, centros logísticos y otros puntos de distribución.

La reutilización evita el efecto ambiental asociado a la distribución de un producto nuevo, pero también genera un impacto por el desplazamiento o distribución de los bienes de segunda mano a sus nuevos propietarios. Aunque se pueda intuir que el impacto de la distribución de un producto nuevo es superior al impacto de la distribución de un bien reutilizado, no existen suficientes datos de rigor que puedan avalar esta suposición. Por tanto, para evitar hacer un cálculo sobrestimado del impacto evitado, se asume que ambos impactos son equivalentes.

03. **Uso y/o consumo del producto**

Al igual que en la etapa anterior, se asume que el impacto ambiental asociado al uso de un producto nuevo es equivalente al de un producto reutilizado. No obstante, en algunas categorías (como vehículos, aparatos electrónicos o electrodomésticos) los productos más antiguos pueden generar mayores impactos durante su uso debido a menores niveles de eficiencia energética o a un mayor consumo de combustible. Este posible diferencial no se ha incorporado al cálculo por falta de datos en la encuesta.

04. **Fin de vida**

La reutilización también evita el futuro fin de vida del producto nuevo que se evita comprar. El fin de vida hace referencia a qué pasa una vez el bien se ha dejado de usar (reciclaje, vertedero o incineración).

•Huella de carbono

Para el cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) evitadas en la producción se ha empleado la base de datos Base Empreinte de ADEME (Agencia de Transición Ecológica de Francia). La Agencia francesa para la transición ecológica es un organismo público que apoya la implementación de políticas públicas en ámbitos como energía, residuos, economía circular, movilidad, calidad del aire, adaptación climática y descarbonización. La Base Empreinte es la base de datos pública oficial francesa de factores de emisión y datos de inventario ambiental que se usa para hacer ejercicios de contabilidad de carbono y cálculo de huella de productos y servicios.

Dentro de esta base de datos, se recogen los factores de emisión asociados a productos o bienes adquiridos ordenados en categorías similares a las doce de este estudio, y se detalla, para cada producto del repositorio, los factores de emisión correspondientes a sus distintas fases de producción y distribución.

A.Insumos (materias primas)

B.Transporte (suministro)

C.Energía (moldeo)

D.Energía (ensamblaje)

E.Transporte (distribución)

Para el cálculo, los factores de emisión correspondientes a la etapa de distribución fueron excluidos (E). Con el resto de los factores (A, B, C, D), y para cada categoría de producto, se ha calculado un dato representativo promedio de la huella de carbono por unidad de producto. Dicho promedio se ha aplicado a las unidades evitadas para obtener las emisiones de gases de efecto invernadero mitigadas por la reutilización y la segunda mano. Las unidades evitadas son producto del ratio de sustitución identificado en la encuesta y que asciende al 81,3% de media, representa aquellas compras de segunda mano que han evitado la compra de un producto nuevo.

$$\text{Unidades evitadas} = \text{(uds. totales)} * \text{(ratio de sustitución)}$$

$$\text{Gases de efecto invernadero evitados (t } CO_2e\text{)} = \text{(uds. evitadas)} * \underset{(t\ CO_2e/ud.)}{\text{(factor de emisión)}}$$

•Fin de vida. Residuos y huella de carbono

En el ámbito de los residuos, se evitan dos impactos ambientales gracias a la reutilización. Por un lado, se evita la generación de más residuos y, por otro lado, se evitan las emisiones de gases de efecto invernadero provocadas por su gestión y tratamiento.

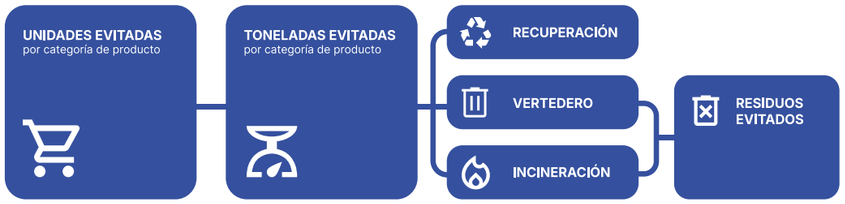
Para estimar el destino final de los productos, cada categoría del estudio se ha asociado a los flujos de residuos equivalentes recogidos en las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Eurostat. Esta correspondencia permite aproximar qué parte de esos productos habría terminado en recuperación, vertedero o incineración si no se hubiera producido la reutilización.

A partir de las cantidades de productos evitados, también calculadas a partir del ratio de sustitución, y los datos del INE y Eurostat, se han obtenido las cantidades de residuos evitados en vertedero e incineración. Es importante aclarar que los datos sobre productos intercambiados de la encuesta se recogieron en número de unidades. Por ello, para poder realizar los cálculos ambientales, se aplicó una conversión a kilogramos mediante la estimación de un peso medio por unidad para cada categoría de producto. (Infografía C.1.)

La recuperación incluye las operaciones de regeneración, reciclado y compostaje. Este tipo de tratamiento no se ha tenido en cuenta en el cálculo de los residuos evitados, ni en el cálculo de la huella de carbono del fin de vida bajo la lógica metodológica del IPCC, que asume que los impactos del reciclaje se contemplan en otros sectores (IPCC, 2006).

Para estimar las emisiones evitadas por tratamiento de residuos se ha seguido la lógica metodológica del IPCC, utilizando como referencia el Inventario Nacional de Gases de Efecto Invernadero del MITECO. Esta fuente oficial cuantifica anualmente las emisiones y absorciones de GEI en España y permite aproximar factores de emisión por tonelada de residuo tratada para vertedero e incineración. Estos factores se han aplicado a las toneladas de residuos que, gracias a la reutilización, no habrían entrado en dichos tratamientos finales. (Infografía C.2.)

Infografía C.1. Lógica del cálculo de los residuos evitados por la reutilización



Infografía C.2. Lógica del cálculo de la huella de carbono de los residuos evitados por la reutilización



Bibliografía

01
ADEME. (2025). Base Empreinte. Accueil | Base Empreinte®.

02
Agencia Europea de Medio Ambiente. (2026). Scaling circular business models in Europe.

03
ANFAC. (2025). Informe Anual 2025.

04
BOE. (2022). Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.

05
Bubinek, R., Knaack, U., Cimpan, C. (2025). Reuse of consumer products: Climate account and rebound effects potential. Sustainable Production and Consumption, Vol. 54 (190-201).

06
Eurostat. (2023). End-of-life vehicle statistics.

07
European Commission. (2024). Special Eurobarometer 550: Attitudes of Europeans towards the environment.

08
European Commission. (2025). Protecting EU consumers: More than half of second-hand online traders fail to meet EU consumer laws.

09
GANVAM. (2024). El mercado de ocasión cerrará 2024 con un crecimiento del 9%, superando los dos millones de unidades.

10
Instituto Nacional de Estadística. (2025). Encuesta de Condiciones de Vida.

11
Instituto Nacional de Estadística. (2025). Población residente por fecha, sexo y edad (desde 1971).

12
Instituto Nacional de Estadística. (2025). Renta por hogar por comunidades autónomas.

13
Instituto Nacional de Estadística. (2023). Cantidad de residuos no peligrosos y peligrosos gestionados, por tipo de residuo, tipo de tratamiento y clase de peligrosidad. Cantidad de residuos no peligrosos y peligrosos gestionados, por tipo de residuo, tipo de tratamiento y clase de peligrosidad.

14
Instituto Nacional de Estadística. (2023). Principales magnitudes según actividad principal (CNAE-2009 a 1, 2, 3 y 4 dígitos).

15
MITECO. (2026). Inventario nacional de emisiones de GEI. Informe resumen. Edición 1990-2024 Inventario Nacional de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

16
Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico (MITECO). (2025). Documento resumen sobre la medición de la reutilización en España. Resultados obtenidos de la medición de la reutilización 2023 y 2024.

17
OCDE. (2025). Economic instruments for a resource-efficient circular economy.

18
RREUSE. (2021). Job creation in the re-use sector: Data insights from social enterprises.

19
United Nations Environment Programme. (2024). Global Resources Outlook 2024: Bend the Trend – Pathways to a liveable planet as resource use spikes. International Resource Panel. Nairobi.

20
World Economic Forum. (2026). The Global Risks Report 2026. Insight Report.



El estado de la reutilización en España

Informe elaborado por Misura
para Movimiento Re-Úsalo

Movimiento Re-Úsalo

misura