

The image shows two people from the chest down, both holding and looking at their smartphones. The person on the left is wearing a brown jacket over a white lace top. The person on the right is wearing a dark blue polka-dot top. The background is a plain, light-colored wall.

milanuncios

—
Nota de prensa

De estigma a tendencia: la segunda mano gana peso entre los consumidores españoles

La compra de productos en el mercado de la segunda mano es un hábito habitual entre los españoles, de hecho el 72% de los consumidores afirma haber aumentado su consumo en los últimos años

Las nuevas generaciones lideran el cambio hacia un consumo más sostenible y orientado a adquirir artículos exclusivos que solo se pueden encontrar en la segunda mano

Términos como vintage, retro, NIB (new in box) o precintado impulsan la oferta y la demanda en Milanuncios, especialmente en las categorías de Moda y Complementos y Casa y Jardín

Comunidad de Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana y Canarias son las comunidades que más buscan artículos exclusivos en segunda mano

[Acceso a más anuncios aquí](#)

En los últimos años, el mercado de segunda mano ha experimentado un cambio profundo en la percepción de los consumidores españoles. Lo que antes se asociaba a una opción de necesidad o incluso a una práctica estigmatizada, ha pasado a consolidarse como una forma de consumo cada vez más habitual, aceptada y valorada. Hoy, la compra de productos de segunda mano ya no se motiva únicamente por la economía, sino que se considera una elección sostenible y acorde con los valores de un consumidor más consciente. De hecho, recurrir a la segunda mano está tan normalizado entre los españoles que, según una encuesta de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), **el 75% de los españoles de 18 a 64 años compró al menos un producto de segunda mano en los últimos doce meses**, lo que confirma claramente la consolidación de esta tendencia.

En este contexto de crecimiento y normalización, plataformas especializadas han desempeñado un papel clave en la transformación del sector. [Milanuncios](#), **la app con más experiencia en el mercado de segunda mano**, ha analizado esta evolución a través de un estudio realizado junto a Appinio. Los resultados

revelan cómo los consumidores han dejado atrás los estigmas de este tipo de consumo y lo usan no solo habitualmente, sino también como un medio para hallar productos únicos, descatalogados o difíciles de conseguir en canales tradicionales.

Las nuevas generaciones redefinen el consumo de segunda mano

El 66% de los consumidores españoles afirma utilizar de forma habitual plataformas de segunda mano para adquirir productos. Además, **el 72% reconoce que ha incrementado su consumo de productos de segunda mano en los últimos años**, lo que confirma un cambio claro en la percepción de este mercado.

Este giro se ha visto especialmente impulsado por los más jóvenes, que han convertido la segunda mano en una vía para acceder a artículos exclusivos o vintage difíciles de encontrar en tiendas convencionales. En este sentido, **la Generación Z destaca cómo la generación que más ha recurrido a este tipo de consumo en los últimos años**.

Además, según el informe elaborado por Milanuncios junto a Mazinn, “*La verdadera mirada de la Gen Z hacia la economía circular*”, el 47% de los encuestados afirma comprar productos de segunda mano con bastante frecuencia. Entre los principales motivos que explican este comportamiento, destaca la búsqueda de productos únicos y diferenciados. De hecho, **uno de cada tres jóvenes reconoce que la segunda mano les permite acceder a artículos que, de otro modo, no podrían permitirse**, lo que refuerza su atractivo tanto desde una perspectiva económica como de exclusividad.

Crece la demanda de productos únicos y descatalogados en la segunda mano

Por otra parte, Milanuncios ha analizado **cerca de 14 millones de anuncios publicados en su app y en su web** con el objetivo de detectar si el interés por productos exclusivos, primeras ediciones o artículos descatalogados ha crecido en el último año.

Términos como *vintage*, *retro*, *NIB (new in box)* o *precintado* aparecen cada vez con más frecuencia en los nuevos anuncios. Este fenómeno refleja no solo un aumento en la oferta de artículos difíciles de encontrar, sino también un cambio en la demanda, impulsado especialmente por las nuevas generaciones, que buscan piezas únicas.

Asimismo, también han aumentado las búsquedas asociadas a este tipo de productos dentro de la plataforma. Las categorías de **Moda y Complementos**,

así como Casa y Jardín, concentran el mayor interés. Las comunidades donde más se buscan estos artículos son la Comunidad de Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana y Canarias.

PARA MÁS INFORMACIÓN

Sala de prensa

prensa.milanuncios@adevinta.com

<https://milanuncios.com/prensa>