



SECOND HAND EFFECT



El mercado de segunda mano y
su efecto en el medio ambiente
2016



COMPRAR Y VENDER OBJETOS DE SEGUNDA MANO REPRESENTA UNA ENORME CONTRIBUCIÓN A LA SOSTENIBILIDAD. CON PEQUEÑOS GESTOS COMO ALARGAR LA VIDA DE LOS OBJETOS REDUCIMOS LAS EMISIONES DE DIÓXIDO DE CARBONO Y ALIVIAMOS LA PRESIÓN SOBRE EL PLANETA.

AHORA SABEMOS EXACTAMENTE CUÁNTO COLABORAMOS CON EL MEDIO AMBIENTE.

INTRODUCCIÓN	4
DECLARACIÓN DE WWF	6
EL INFORME SECOND HAND EFFECT	8
CÓMO LO HEMOS HECHO	10
METODOLOGÍA DE CÁLCULO	11
ACLARACIONES	12

Acerca del Informe y créditos

El Informe Second Hand Effect recoge los resultados de calcular el efecto positivo sobre el medio ambiente que produce el mercado de segunda mano en cinco marketplaces de Schibsted en Europa. La metodología de cálculo ha sido desarrollada en colaboración con el IVL, Instituto de Investigación Medioambiental de Suecia. El Informe es parte de la estrategia de sostenibilidad de Schibsted.

EVP COMMUNICATIONS AND CSR SCHIBSTED MEDIA GROUP

Lena K Samuelsson (lena.k.samuelsson@schibsted.se)

PROJECT MANAGER SCHIBSTED.COM/SECONDHAND EFFECT

Ann Axelsson (ann.axelsson@schibsted.se)

PROJECT MANAGER THE SECOND HAND EFFECT

Mari Vonen (mari.vonen@schibsted.no)

EQUIPO INTERNACIONAL

Blocket.se: Linnea Agüero

Subito.it: Federico Filippa

Finn.no: Kristine Eia Kirkholm,

Vibbo.com: Marta Machado, Reme García

Leboncoin.fr: Alexia Neveu, Bianca Carrara, Marie Peltier

ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN

IVL Swedish Environmental Research Institute

CONSULTORA RSC

Ethos International

CONCEPTO Y PRODUCCIÓN

Schibsted Communication & BerntzonBylund, Stockholm Sweden

UNIENDO FUERZAS POR EL MEDIO AMBIENTE

Cada día, millones de personas en todo el mundo compran y venden artículos de segunda mano en las webs y aplicaciones móviles de Schibsted. Este mercado es perfecto para encontrar oportunidades y además contribuir a reducir el impacto medioambiental. Cada vez que alguien compra o vende un objeto de segunda mano es una señal de que nos preocupamos por el futuro común. Esto es lo que llamamos el Second Hand Effect o El efecto del mercado de segunda mano en el medio ambiente.

Gracias al singular informe producido a partir de los datos recopilados por cinco de nuestros principales marketplaces, hemos podido obtener cifras concretas sobre el beneficio medioambiental del mercado de segunda mano. El resultado es sorprendente y a su vez difícil de visualizar.

La suma del efecto potencial del mercado de segunda mano en Vibbo (España), Leboncoin (Francia), Blocket (Suecia), Finn (Noruega) y Subito (Italia) durante el año 2015 alcanza ¡12,5 millones de toneladas de CO₂! Esto significa que los usuarios de estos marketplaces están ahorrando potencialmente 12,5 millones de toneladas de dióxido de carbono a lo largo de un año; esta cifra solo en España se sitúa en 700.000 toneladas de CO₂.

¿CUÁNTO SON 12,5 MILLONES DE TONELADAS DE DIÓXIDO DE CARBONO?

Esta enorme cantidad de gas de efecto invernadero equivale a dar la vuelta al mundo 1.100 veces en un Airbus A380. O a eliminar todo el tráfico de París durante tres años y cuatro meses. Pero el Second Hand Effect va mucho más allá de los números. Desde el grupo Schibsted vemos que en muchos de los países en los que estamos presentes se trata de un movimiento social y una forma de vida. Representa una manera de conocer a otras personas, fomentar una pasión y formar parte de una comunidad donde los objetos van pasando de mano en mano. Es la elección personal de llevar una vida más sostenible.

Independientemente de si la motivación de nuestros usuarios es formar parte de este movimiento, ahorrar dinero o una pasión por las prendas de ropa y mobiliario vintage, el impacto sigue siendo el mismo: reutilizar contribuye a reducir la huella medio-

ambiental. Esto les convierte en héroes del medio ambiente. La elección de comprar artículos de segunda mano es una acción que marca una diferencia real.

En eso consiste el Second Hand Effect.

UN ENORME IMPACTO GLOBAL

Por el momento hemos calculado la reducción potencial de carbono de 46 millones de usuarios de cinco marketplaces diferentes. Pero Schibsted cuenta con más de 30 plataformas de compraventa de segunda mano en todo el mundo; imaginemos el impacto total que producen todos nuestros usuarios. Juntos, estamos generando un enorme efecto sobre el medio ambiente a nivel global.

Este estudio proporciona toda la información referente al Second Hand Effect, detalla datos y cifras y explica la metodología seguida.

Más información en:

www.schibsted.es/responsabilidad-social/medio-ambiente/
www.schibsted.com/secondhandeffect



LENA K SAMUELSSON
Vicepresidenta ejecutiva
Comunicaciones y RSC
Schibsted Media group





NECESITAMOS HACER UN CAMBIO. ¡AHORA!

Los retos globales que afrontamos son abrumadores. Hoy en día, el planeta tiene más de 7.000 millones de habitantes. Los recursos naturales que produce la Tierra no son suficientes y solo en Europa consumimos los recursos de 2,6 planetas. Al mismo tiempo, el cambio climático empeora aún más nuestra situación. Afortunadamente, la última cumbre de París ofreció un rayo de esperanza, pero todos tenemos que poner de nuestra parte.

Si continuamos emitiendo la cantidad actual de gases de efecto invernadero, a lo largo del próximo siglo podríamos llegar a provocar un aumento de cuatro grados en la temperatura media de la Tierra. Un aumento de cuatro grados causaría la extinción de un 40% de las especies del planeta debido a la destrucción de sus hábitats; además, tendría un impacto dramático sobre nuestra capacidad de producción alimenticia.

Tras la cumbre de París sobre el cambio climático, el mundo tiene ahora una meta común para limitar el aumento de la temperatura a menos de dos grados, a base de reducir las emisiones a nivel mundial. Pero todos debemos contribuir a esta causa. El futuro de nuestros hijos y nietos depende de ello. El consumo y los suministros de las empresas ocupan un papel clave en esta misión. Hoy en día, muchas empresas ofrecen a los consumidores servicios respetuosos con el medio ambiente que nos permiten llevar vidas más sostenibles. Este informe sobre el impacto en el medio ambiente que se consigue a través de los marketplaces de segunda mano de Schibsted es un ejemplo del tipo de nuevos servicios que han surgido gracias a internet y las nuevas tecnologías para ofrecer opciones más sostenibles.

En términos del mercado de segunda mano online y los servicios que ofrecen estas plataformas, existen grandes beneficios para el medio ambiente cuando permitimos que algunos objetos, como los muebles, sean reutilizados tantas veces como sea posible antes de reciclarlos. Pero debemos tener cuidado. No todos los productos ganan con los años. En el caso de ciertos artículos, como los electrodomésticos, el mayor volumen de dióxido de carbono se emite durante su utilización. Por lo

tanto, este tipo de productos deben ser considerados desde la perspectiva de su ciclo de vida. Para poder comprender el beneficio medioambiental que se obtiene mediante la venta de una nevera de segunda mano, tenemos que valorar el impacto sobre el medio ambiente de las materias primas de cada producto, así como de su producción, utilización y residuos finales.

En algunos casos, puede que sea mejor comprar un modelo nuevo con mayor eficiencia energética que seguir utilizando un modelo antiguo.

WWF considera este informe un paso importante para demostrar los beneficios que ofrece el mercado de segunda mano a favor del medio ambiente. Estos servicios, como las webs y aplicaciones móviles de Schibsted, pueden ayudar a los usuarios a tomar las decisiones más beneficiosas para el planeta, reducir el consumo de recursos y llevar un estilo de vida más sostenible.



MARIANN ERIKSSON
Directora de Marketing, WWF

700.000 TONELADAS DE CO2 AHORRADAS EN ESPAÑA

Cada mes, 10 millones de usuarios únicos utilizan vibbo y miles de objetos encuentran nuevos hogares cada día. En 2015, todos estos usuarios ahorraron potencialmente 700.000 toneladas de dióxido de carbono mediante la compra de objetos de segunda mano en España. Esto equivale a eliminar todo el tráfico que soporta Madrid durante 2,5 meses o a producir 2,9 millones de sofás.

En muchos países europeos, cuidar el medio ambiente es una motivación cada vez más común a la hora de comprar y vender objetos de segunda mano. Este informe demuestra el beneficio real para el Planeta que se genera de esta manera: el mercado de segunda mano reduce realmente nuestra huella de carbono.

Existen múltiples razones por las que la gente compra y vende objetos en plataformas de segunda mano. Una motivación obvia es el ahorro, encontrar una buena oportunidad a un mejor precio. Otros piensan que es una manera práctica de deshacerse de posesiones que ya no necesitan y que pueden ser útiles para otros. También existe una creciente tendencia de adquirir artículos y ropa vintage para mostrar un estilo propio. Pero también, cada vez más personas acceden a este mercado por una motivación muy importante: el consumo responsable. La creciente conciencia sobre el cambio climático y el medio ambiente va aumentando su importancia a la hora de usar plataformas de segunda mano. Independientemente de cuál sea la motivación, comprar y vender objetos a través de webs y aplicaciones móviles como vibbo representa una gran contribución a una cuestión muy importante: preservar nuestro planeta de cara a las generaciones futuras.

Para calcular el beneficio en materia de sostenibilidad que genera vibbo, hemos colaborado con el IVL, Instituto de Investigación Medioambiental de Suecia. La plataforma hermana de vibbo en este país, Blocket, inició este estudio en 2014 y ahora ha sido extendido a otras cuatro plataformas de Schibsted en Europa: Vibbo (España), Leboncoin (Francia), Finn (Noruega) y Subito (Italia).

El IVL ha utilizado las cifras de venta de estos marketplaces, además de analizar encuestas a usuarios e información sobre el consumo de energía de las oficinas e instalaciones de cada plataforma. El método empleado para realizar los cálculos se basa en el supuesto de que cada producto vendido sustituye a la producción de un artículo nuevo equivalente, así como la gestión de los residuos de dicho producto. Mediante el análisis de los objetos vendidos en las plataformas, el IVL ha extraído datos medioambientales y posteriormente los ha recalculado como sus equivalentes en kilogramos de dióxido de carbono.

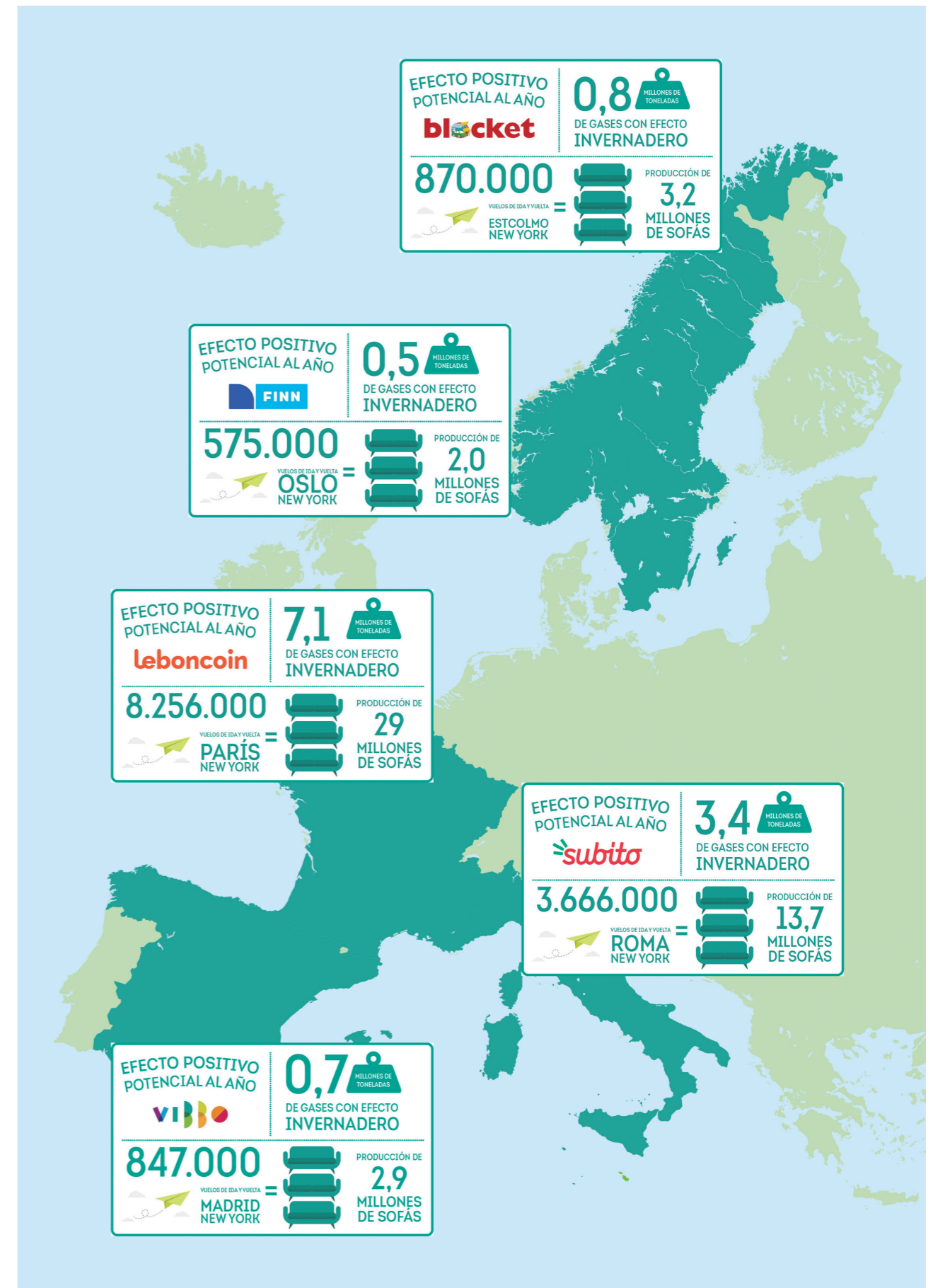
La categoría denominada "Vehículos" es, de lejos, la que más CO2 ahorró durante 2015 en vibbo, con 0,6 millones de toneladas. Esto se debe a que los coches y otros vehículos son productos complejos, cuya producción requiere una gran cantidad de energía. Hay algunos hechos específicos a tener en cuenta al calcular el efecto de revender coches, todos ellos explicados en la sección de Aclaraciones.

Se habla en términos de dióxido de carbono porque este es el principal gas de efecto invernadero. Se trata del resultado de la combustión de todo tipo de materiales, así como de la respiración de personas y animales. A medida que utilizamos más y más recursos, los niveles de CO2 aumentan progresivamente y potencian el efecto invernadero, provocando el calentamiento global.

El calentamiento global está cambiando la naturaleza y afectando a la vida de las personas. Cada vez podemos ver más desastres medioambientales, disponemos de menos agua potable y la producción agrícola disminuye. Para reducir los efectos del calentamiento global debemos reducir nuestras emisiones de CO2. Incluso los gestos más pequeños son muy importantes. Una forma de contribuir es comprando artículos de segunda mano.

Emisiones de gases de efecto invernadero potencialmente ahorradas en vibbo (equivalencia en toneladas de CO2)	
Hogar	65.032
Moda y belleza	16.458
Niños y bebés	13.379
Electrónica	60.241
Ocio y deportes	13.702
Vehículos	575.448
Desplazamientos y viajes de trabajo	-141
Utilización de energía	-99
Desplazamientos relacionados con las compras	-26.791
AHORRO TOTAL	717.231

LOS CINCO MARKETPLACES PARTICIPANTES



UN CÁLCULO ÚNICO

La fiabilidad científica ha sido un elemento de vital importancia en este proyecto. Por este motivo, Schibsted recurrió al IVL, el Instituto de Investigación Medioambiental de Suecia, para desarrollar la metodología. Debido a su complejidad, la transparencia es otro factor clave. El resultado se ha extraído tras recoger y procesar las cifras de venta de objetos de los marketplaces participantes para el año 2015, y analizar las encuestas a usuarios junto con el consumo total de energía de las cinco plataformas.

El trabajo ha partido de una pregunta fundamental: ¿Cuánta contaminación podría ahorrarse potencialmente al año mediante la compra de objetos de segunda mano?

SUPUESTO

El método empleado para calcular el beneficio potencial para el clima derivado del mercado de segunda mano se basa en el supuesto de que cada artículo usado que se vende sustituye a la producción de un artículo nuevo equivalente, así como la gestión de los residuos de dicho producto. Es decir, si una persona compra una bicicleta usada en una plataforma del grupo Schibsted en lugar de comprar una nueva, entonces no habrá necesidad de producir una bicicleta nueva y además la bicicleta usada no tendrá que ser reciclada y procesada para convertirla en residuos.

Por lo tanto, el estudio se basa en dos supuestos clave:

- La persona que compra un artículo usado se abstiene de comprar un producto nuevo equivalente y se evitan las emisiones asociadas con la producción del nuevo.
- Cada producto usado que se vende ya no se tiene que desechar, evitando las emisiones asociadas a la gestión de los residuos.

Estos supuestos simplifican la realidad y corresponden a un escenario ideal para poder demostrar el beneficio potencial para el medio ambiente, en comparación con no reutilizar objetos en absoluto.

SELECCIÓN

Las categorías de productos incluidas en el cálculo de beneficio medioambiental han sido seleccionadas en base a los siguientes criterios:

- Representan una gran parte del volumen total de anuncios de particulares de cada plataforma.
- Incluyen productos que son razonablemente similares, de manera que la división de materiales y sus datos climáticos son representativos de toda la categoría.

Únicamente se han considerado anuncios publicados por usuarios particulares. Además, se han excluido los anuncios referidos a servicios, mascotas, entradas para espectáculos y alojamiento, puesto que no implican la reutilización de bienes materiales.

En total, el estudio parte del 53% de los anuncios de segunda mano publicados en los cinco marketplaces de Schibsted participantes. La limitación se estableció según los datos climáticos existentes y la posibilidad de valorar los materiales que componen el producto medio.

A continuación, el cálculo final de ahorro se limitó solo a los anuncios que terminaron en ventas reales en esas categorías.

DE LOS DATOS AL DIÓXIDO DE CARBONO

Para poder calcular el Second Hand Effect de nuestros marketplaces necesitamos datos climáticos de los productos que se venden en ellos. Para obtener estos datos analizamos el ciclo de vida de los diferentes productos. Examinamos los materiales de los que se componen los objetos, cómo están producidos y los residuos que se generan durante su producción y reciclaje. A continuación, todos estos datos son recalculados como sus equivalentes en kilogramos de dióxido de carbono.

El análisis del ciclo de vida es un método reconocido en la investigación medioambiental. Pero el análisis de los productos vendidos en nuestros marketplaces requiere ciertos cálculos y conversiones específicos.

Para poder desarrollar los datos climáticos de extracción de materiales, producción y gestión de residuos, el IVL desarrolló composiciones de materiales para las diversas categorías de productos de cada plataforma. En cada categoría de producto seleccionada se realizaron pruebas aleatorias sobre entre 10 y 50 anuncios publicados. Estos anuncios fueron analizados para calcular la composición material media de los productos. Por ejemplo, un producto medio en la categoría «sofás y sillas» se compone de: 30% de madera, 11% de acero, 18% de polipropileno, 20% de poliuretano, 10% de poliéster, 7% de algodón, 3% de cuero y 1% de lana.

En total, se obtuvieron 20 composiciones de materiales: cada una de ellas representativa de al menos una de las categorías de productos seleccionados. El hecho de que varias categorías encajen en las mismas composiciones de materiales se debe a que una radio de coche, por ejemplo, está compuesta de materiales similares a los de un sistema de audio para el hogar, pero ambos productos se encuentran en categorías diferentes en cada plataforma.

BASES PARA EL CÁLCULO

Para obtener el CO₂ ahorrado con cada anuncio se calcularon los datos climáticos brutos de extracción de materias primas, producción y gestión de residuos correspondientes a cada material que componen los objetos. El total fue expresado en kilogramos equivalentes de dióxido de carbono (CO₂). Este valor por material fue trasladado a cada una de las 20 composiciones de materiales, de manera que cada composición recibió un

valor de emisiones en kilogramos de CO₂. A continuación, esto fue multiplicado por el peso medio de los objetos, para poder obtener los kilogramos de CO₂ por anuncio. Estos valores de emisión representan un estándar de emisiones ahorradas por cada producto en la categoría que sustituyó a la producción de uno nuevo. Este valor representa la base del cálculo de los beneficios climáticos (emisiones ahorradas) por cada categoría de producto de cada plataforma.

TRANSPORTE E INFRAESTRUCTURAS

El impacto del transporte de los objetos entre el vendedor y el comprador también fue añadido al cálculo - es decir, no como un beneficio medioambiental, sino como un impacto negativo. Se estimó una distancia media de 44 km por anuncio, basada en las encuestas realizadas entre usuarios del mercado sueco Blocket, y el impacto medioambiental resultante del transporte por un vehículo normal (gasolina) fue incluido en el cálculo.

La estimación de distancia obtenida en las encuestas entre usuarios de Blocket se aplicó a todas las plataformas ya que las distancias recorridas en el resto de países son iguales o inferiores. El impacto medioambiental (no beneficio climático) resultante de las oficinas e infraestructuras también fue añadido al cálculo. Este dato refleja el impacto medioambiental resultante de la producción de electricidad, tanto energía verde (eólica e hidroeléctrica) como la generada por compañías eléctricas (nuclear, carbón, biocombustibles, etc.).

CALCULADORA DE LA HUELLA DE CARBONO

Todos los datos climáticos de anuncios y del impacto del transporte y las infraestructuras fueron introducidos en la calculadora de huella de carbono desarrollada por el IVL para obtener la estimación del beneficio potencial para el medio ambiente de cada categoría.

ALGUNAS ESPECIFICACIONES MÁS

Realizar un estudio como el Second Hand Effect es una tarea compleja y requiere tomar en cuenta ciertas consideraciones. A continuación se detallan algunas especificaciones sobre los factores más importantes.

Emisiones potencialmente ahorradas

Es difícil saber a ciencia cierta si la producción de bienes nuevos se ve reducida como resultado del mercado de segunda mano o si cada artículo que no se vende en alguna de las plataformas de Schibsted termina en la basura. Por lo tanto, los resultados sobre emisiones ahorradas se describen como ahorros climáticos potenciales o posibles.

Factores incluidos

El estudio se basó en:

- Emisiones provenientes de la extracción de materiales
- Producción de componentes
- Gestión de residuos de los productos medios
- Transporte de objetos entre vendedores y compradores
- Infraestructura de todas las plataformas.

Factores excluidos

El estudio no ha tomado en consideración:

- La utilización de cada producto, como el consumo de gasolina de un coche, por ejemplo. Esta distinción se debe a que el estudio se centra en el comercio de bienes y no en su utilización.
- El impacto climático de los usuarios de las plataformas, es decir, el consumo de energía realizado al visitar una plataforma, no ha sido incluido en el cálculo de 2015.

Impacto medioambiental de electrodomésticos

Los frigoríficos y congeladores antiguos contienen sustancias peligrosas y consumen más energía que uno nuevo. Una nevera nueva consume únicamente un 40% de la electricidad que requiere una antigua. Tanto las sustancias nocivas (CFCs en el caso de refrigeradores) y el consumo energético generan emisiones de gas de efecto invernadero (CO2).

El factor coche

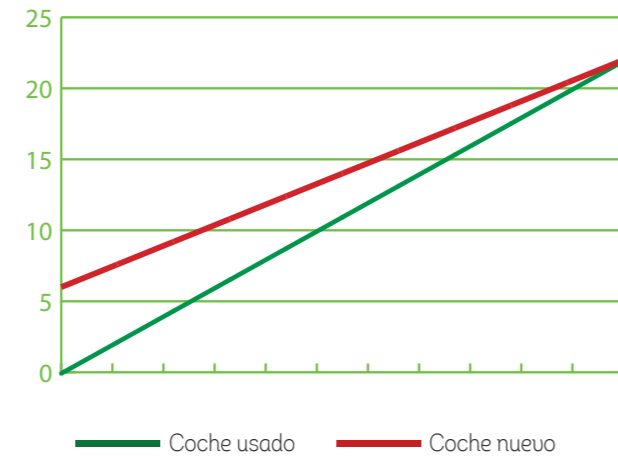
El estudio ha tenido en cuenta que la categoría «coches» requiere de aclaraciones y ajustes del cálculo específicos, debido a que un coche puede ser revendido varias veces.

El mercado de segunda mano puede evitar dos fuentes de nuevas emisiones:

- La producción de un coche nuevo
- La gestión de residuos de un coche

Un coche de hasta 20 años puede seguir considerándose viable

desde un punto de vista medioambiental. Esto significa que es posible comprar y vender un coche de 20 años y aun así reducir la huella de carbono. La producción representa la mayor parte de las emisiones asociadas al ciclo de vida de un coche.



EJEMPLOS: WOLKSWAGEN GOLF*	NUEVO	ANTIGUO (10 AÑOS)
Emisiones por producción	14 toneladas	0 toneladas
Emisiones por uso	16 toneladas	22 toneladas
Emisiones por Km conducido	123 gr	173 gr
TOTAL	30 t CO2	22 t CO2

Tasa de reutilización de coches:

Para que el escenario sea más realista, se ha aplicado un ajuste al cálculo en la categoría de coches. En realidad, los vehículos se suelen revender varias veces (independientemente del canal), y esto se expresa mediante la tasa de reutilización, que representa la rotación de la flota nacional durante la vida media de un coche.

Factores incluidos en el cálculo:

- En España se revenden 2.049.847 de coches usados cada año mediante transacciones entre particulares (Instituto Nacional de Estadística).
- La vida media de un coche en España es de 17 años (ACEA, Eurostat, Bil Sweden).
- La flota nacional se compone de 22.247.528 coches (Eurostat).

Cálculo de la tasa de reutilización:

- A lo largo de 17 años, 2.049.847 coches han cambiado de dueño (17 años x 2.049.847 = 34.847.399)
- Esto significa que cada coche ha sido vendido una media de 1,6 veces durante su vida (34.847.399/22.247.528 = 1,6)



Marta Machado
PR & Communications vibbo
T.: +34 935 76 56 39 / 626 273 845
comunicacion@uibbo.com

Andrea Ordax Sala
Hill + Knowlton Strategies
T.: + 34 93 410 82 63 / 628 750 240
andrea.ordax@hkstrategies.com