

## Enfoka-Trends 2020ko maiatza “COVID-19aren ONDORIOAK”

Enpresa askok jasan duten geldialdiak eta bizi dugun krisiaren aurrean orokortu den gizarte-kontzientziak, negozioek euren eskaintza berregituratzea eragin du, egungo eskariaren ezaugarri eta beharretara.

Zisne beltzaren teoriaren arabera, Nassim Taleb filosofo eta ikertzaileak garatua (*El cisne negro: El impacto de lo altamente improbable*, Paidós, 2012), ustekabeko fenomenoak existitu eta sortu egiten dira inork aurreikusi gabe; eta, aurretik gertatu ez diren arren, ager daitezke. Ekonomia-arloan joera handia dago iragarpenak egin eta erabakiak hartzeko, iraganeko datuetan eta ekintzetan oinarrituz, kontuan hartu gabe gertatzeko probabilitatea oso urria dela, baina, agertutakoan, ondorio nabarmenak izan ditzakete, pandemia honen kasuan bezala.

Pandemia honek egiturazko aldaketak sortaraziko ditu mundu mailako enpresa gehien hornidura-kateetan, eta, era berean, aldaketa desberdinak eragingo ditu etorkizuneko hornidura-sareak edo kate berriak definitzerakoan. Krisiaren hasieran, Txinaren (“munduaren fabrika” deitutakoa, birusaren sorterrria) ekoizpena gelditzea zen planeta osoko txikizkako kate nagusien kezka. [Dun & Bradstreetek](#) berriki egindako ikerketa baten arabera, mundu osoko 51.000 enpresek dute, gutxienez, zuzeneko hornitzaile bat edo gehiago Hubein (birusa sortu zen erdigunearan kokatutako Wuhan probintziaren hiriburua), eta, gutxienez, mundu osoko bost milioi enpresek dute zeharkako hornitzaile bat edo gehiago eskualde horretan.

Argi dago enpresek, gutxienez, hiru jarduera-ardatz nagusi izan beharko dituztela kontuan etorkizuneko hornidura-kateak definitzeko orduan; lehenik eta behin, katearen ikusgarritasuna eta digitalizazioa hobetu beharko dituzte, hornitzaile guztien gaitasun-mugak etengabe ezagutu ahal izateko. Gainera, arrisku berriak eta horiei lotutako kostuak kontuan hartu beharko dituzte: makro mailako arriskuak (hondamendi humanitarioak, gerrak, aduana-zergen politika), eskariaren arriskuak (aurreikuspen-akatsak, erosketa-patroien aldaketak, etab.), ekoizpenarekin lotutako arriskuak (grebak, langileen esplotazioa, etab.), hornidurarekin lotutako arriskuak (ekoizpena etetea, etab.) eta salgaien garraioarekin lotutako arriskuak (istripuak edo gobernuaren kontrolak). Azkenik, hornidura-katearen erresilientzia landu beharko da, hau da, aldaketetara egokitzeko duen gaitasuna. Funtsezkoa izango da hausturei azkar erantzun ahal izatea katearen inpaktu globala arintzeko, aurreikusi gabeko gertaeren aurrean hainbat aukera izateko.

Bestalde, kontsumitzaileek amaitu egin dute erosketa masiboak egiteko portaera eta horren ondorioz sortarazten ziren supermerkatuetako ilara amaigabeak eta egunero egunero agortzen ziren produktuak, biziraupen-senarengatik edo. Normaltasun berri honetan, kontsumitzaileek etxerako produktu gehiago erosten dituzte eta etxean gehiago sukaldatzen dute; heren batek nahiago du bazkaria egiteko produktu freskoak erostea, prestatutako janaria eta latak erostea baino. Hautemandako beste kontsumo-joera batzuen artean dago mota guztietako online zerbitzuak erabiltzea (artistak beren etxeetatik zuzeneko emanaldiak eskaintzen, gimnasiako monitoreak zuzenean eskolak ematen, higiezin agentek etxeetara bisitak gidatzen, nekazariak beren uztetako produktuak webgunean erakusten bertatik saltzeko...). Era berean, feel good produktuen (ongizatearekin eta osasunarekin lotutakoak) merkaturatu ere hazi egin da, eta kontsumitzaile askok errezeta eta eduki osasungarriak partekatzen dituzte, hobeto eta sasoian sentitzeko.



[Mika Baumeister](#) argazkia [Unsplash-en](#)

## Enfoka-Trends 2020ko maiatza

### “COVID-19aren ONDORIOAK”

Adituen arabera, aldi luze honen ondoren errutinara pixkanaka itzultzeak erosketa-ohiturak normalizatzea ekarriko du. Datozen hilabete hauetan, e-commerce hazi egingo da, eta ez bakarrik gazteenen artean. Elikadurak, modak, elektronikak, etxeko produktuek, edertasunak eta parafarmaziak izango dute online hazkunderik handiena, eta, ageriko arrazoiak direla medio, turismoak eta airelineek, berriz, murriztu egingo dute online negozioa. Joera horrekin bat egingo du laster Mark Zuckerbergegek Shops zerbitzuarekin. Zerbitzu horri esker, enpresek produktuak online erakutsi eta saldu ahal izango dituzte, bai Facebooken, bai Instagramen. Tresna doakoa izango da enpresentzat, eta kontsumitzailearen erabilerak eta publizitateak bultzatuko dutela espero da.

COVID-19aren krisiak kontsumoan duen beste ondorioetako bat da, hemendik aurrera, erosleek gehiago baloratuko dituztela jasangarritasuna, zero kilometroko produktuak eta hurbileko saltokiak. Etxetik hurbilen dauden elikadura-establezimenduetara erostera joan beharrak mesede egin dio alarma-egoeran irekita egon den saltoki txikiari. Kontsumo-joerei buruzko txosten oro bat dator azken urteetan baino gehiago gastatu duten bezeroen egoera irudikatzen, eta ahalegin handiagoa egiten dute sustapenetan eta eskaintzetan poltsikoagatik kezkatuta dagoen kontsumitzaile hori erakartzeko, ekonomiak okerrera egin baitu.

Kontuan izan behar dugu ez garela COVID osteko aroan sartu, COVIDarekin-arroan baizik, telematikoa izango den aroa. Hori da normaltasun berria, normaltasun "erlatiboa", birus honekin eta beste batzuekin bizi dena. Egoera honetan, arazo ugariaren aurka borrokatzeko armarik onena (ez soilik birusaren aurka, baita eraginkortasunik ezaren, ustelkeriaren, krisi ekonomikoaren, landa-ingurunearen despopulazioaren eta planetaren ingurumen-suntsipenaren aurka ere) ekintza telematikoak dira: telelana, teleizapidetzea, telebiltzea, teleordainketa, telejarduna, telekomunikatzea, telesinadura.....teledozer.

Hala eta guztiz ere, aurrez aurreko harremana saihestezina izango da batzuetan, eta enpresak irtenbide teknologikoen aldeko apustua egin dute, segurtasun-neurriak zorrotz betetzen direla bermatzeko. Besteak beste, honako hauek nabarmentzen dira: arrisku-eremuak mapatzea, kamara zenitalen eta adimen artifizialeko softwarearen bidez, bezeroen gutxi gorabeherako adina zehazteko gai direnak, haien arreta lortzeko, edo bezeroek maskararik daramaten edo zehazteko gai direnak. Bezeroen tenperatura neurtzeko eta, kasu horretan, establezimenduko arduradunak ohartarazteko gai ere bada, betiere erabiltzaileen anonimotasuna bermatuz. Etiketa adimendunen zenbait ekoizle euren produktuak egokitzen ari dira, probalekuan egon osten gorde beharko duten berrogeialdira, edo jantziak desinfektatzeko gai diren lisatze-sistemak garatzen ari dira. Edukieraren kontrola eta urruntze-soziala "Controlatuaforo" bezalako irtenbideei esker kontrolatu daiteke, sartzan eta irteten diren pertsonen fluxua denbora errealean aztertzeke gai dena. Pantaila txiki baten bidez, bezeroari erakusten zaio zein den aretoaren edukiera eta sartzeko aukera duen esaten zaio. Sistema autonomoa da, ez du Interneteko konexiorik behar funtzionatu ahal izateko, eta lokalerako edukieraren eguneroko estatistikak bistartzeko aukera ematen du. Googlek, berriz, Sodar garatu du, errealitate areagotuko tresna, erabiltzaileei segurtasun tartea mantentzen laguntzeko. Chrome bidez eskuragarri dagoen aplikazioak bi metroko zirkunferentzia bat marrazten du, pertsonaren inguruan; horrela, mugikorraren pantailak muga hori errespetatzen ari den ala ez erakusten dio erabiltzaileari.

Beste neurri batzuk ere, hala nola itxiturak jartzea, maskarak erostea, gel hidro-alkoholikoak erostea, lurrean zinta itsasgarriak jartzea gomendatutako urruntzea bermatzeko... kontuan hartu behar dira saltokiak berriz irekitzeko.



[Kate Trifo](#) argazkia [Unsplash-en](#)

## BIBLIOGRAFIA

- Rafael Villa Martínez (El Correo, 2020). La COVID-19 obliga a reinventar las cadenas de suministro globales. 2020ko maiatzaren 25ean hemendik berreskuratua: <https://www.elcomercio.es/economia/covid19-obliga-reinventar-20200407100940-ntrc.html>
- Ramiro Varea (Consumer, 2020). Así ha evolucionado nuestro consumo en tiempos de coronavirus. 2020ko maiatzaren 25ean hemendik berreskuratua: <https://www.consumer.es/economia-domestica/sociedad-consumo/coronavirus-evolucion-consumo.html>
- Blanca Gispert (La Vanguardia, 2020). El comercio electrónico vive una maduración exprés con la pandemia. 2020ko maiatzaren 25ean hemendik berreskuratua: <https://www.lavanguardia.com/economia/20200525/481374074471/comercio-electronico-e-commerce-online-alimentacion-moda-restauracion.html>
- Agencia EFE (2020). El súper volverá a tirar de folleto y descuentos ante la caída de la economía. 2020ko maiatzaren 25ean hemendik berreskuratua: <https://www.efe.com/efe/espana/economia/el-super-volvera-a-tirar-de-folleto-y-descuentos-ante-la-caida-economia/10003-4253949#>
- Vóctor Almonacid (Expansión, 2020). La nueva normalidad que viene para la Administración: renovarse o morir. 2020ko maiatzaren 25ean hemendik berreskuratua: <https://hayderecho.expansion.com/2020/05/15/la-nueva-normalidad-que-viene-para-la-administracion-renovarse-o-morir/>
- Ramón Álvarez (La Vanguardia, 2020). Las soluciones para un retorno seguro tras la pandemia. 2020ko maiatzaren 25ean hemendik berreskuratua: <https://www.lavanguardia.com/economia/20200515/481145494663/coronavirus-comercio-tiendas-apertura-regreso-medidas.html>
- María Refojos (El Periódico, 2020). Tecnología para la desescalada: esta plataforma permite reducir el contagio en las tiendas. 2020ko maiatzaren 25ean hemendik berreskuratua: <https://byzness.elperiodico.com/es/innovadores/20200429/tecnologia-retail-plataforma-reducir-contagio-tiendas-7943084>
- Comercios Innovadores de Bilbao (2020). Soluciones tecnológicas de interés para una vuelta al comercio segura. 2020ko maiatzaren 25ean hemendik berreskuratua: <http://cibilbao.com/2020/05/06/soluciones-tecnologicas-de-interes-para-una-vuelta-al-comercio-segura/>
- Álvaro Ochoa (Diario de Sevilla, 2020). Dos jóvenes sevillanos idean un sistema con I.A. para controlar el aforo en el pequeño comercio. 2020ko maiatzaren 25ean hemendik berreskuratua: [https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Inteligencia-artificial-controlar-aforo-comercio-diseno-dos-jovenes-sevillanos\\_0\\_1465953590.html](https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Inteligencia-artificial-controlar-aforo-comercio-diseno-dos-jovenes-sevillanos_0_1465953590.html)
- Cinco Días (2020). Facebook lanza una nueva plataforma de 'ecommerce' para apoyar al pequeño comercio. 2020ko maiatzaren 25ean hemendik berreskuratua: [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/19/companias/1589917383\\_282675.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/19/companias/1589917383_282675.html)

## LOTUTAKO WEBAK

- Empresas ofertantes material sanitario: [https://www.camarabilbao.com/ccb/ganbera\\_informacion/empresas\\_ofertantes\\_de\\_material\\_sanitario/contenidos/2305982](https://www.camarabilbao.com/ccb/ganbera_informacion/empresas_ofertantes_de_material_sanitario/contenidos/2305982)
- Sodar, herramienta de realidad aumentada para controlar la distancia de seguridad: <https://sodar.withgoogle.com/>

## LOTUTAKO BIDEOAK

- La tienda pos-COVID no tocar y que nadie te toque: <https://www.rtve.es/alacarta/videos/ultima-hora-en-rtvees/tienda-pos-covid-no-tocar-nadie-toque/5579196/>
- Nuestras planchas matan el coronavirus sin dañar la ropa: <https://www.eitb.eus/es/television/programas/en-jake/videos/detalle/7233628/video-sda-factory-planchas-desinfectar-ropa-matar-coronavirus/>