



2025EKO IRAILA

Enfoka-Trends

*Kontsumo itzulgarria: merkataritzarako eta ingurumenerako
erronka*

Kontsumo itzulgarria: merkataritzarako eta ingurumenerako erronka

ENFOKA-TRENDS 2025eko IRAILA

2024an, 25 milioi pertsonak baino gehiagok erosi zuten Internet bidez Espainian, eta azterlanen arabera, goranzko joerari eutsiko zaio. Era berean, metodo horren bidezko itzulketek ere, batez ere modan, gora egin dute. Merkataritza elektronikoaren eta itzulketen hazkundearen atzean Z Belaunaldia dago, jatorrizko gazte digitalak, gaur egun 13 eta 28 urte bitartekoak, eta berehalakotasuna, erosotasuna eta barietatea baloratzen dituztenak.

Ohitura horri dagokionez, pandemia inflexio-puntu handia izan zen; izan ere, konfinamenduan, merkataritza elektronikoa alternatiba bat izatetik aukera bakarra izatera igaro zen. Izan ere, online merkatua eremu ezezaguna zen gizartearen zati handi batentzat, bereziki belaunaldi zaharrenentzat. Mesfidantza zegoen ordainketen segurtasunari, produktuen kalitateari edo entrega-denborei buruz.

Entrega-epe laburragoek, itzulketa-politika malguagoek, beste erosle batzuen aipamenek eta logistikaren hobekuntzak pertzepzioa aldatu eta ohitura hori finkatu dute. Gaur egun, produktu bat arazorik gabe itzuli ahal izateak konfiantza eta fideltasuna sortu ditu, batez ere Z. belaunaldiarengan.

Talde horrek, ordea, badu nolabaiteko kontraesanik: artikulu gehien erosten eta itzultzen dituen izan arren, ingurumenarekiko kezka handiena duena da. Fad Juventud (Drogazaletasunaren aurkako Laguntza Fundazioa) erakundearen arabera, hiru gaztetik batek online egindako erosketek beharrezkoak ez diren gauzak kontsumitzera bultzatzen dutela onartzen du.



Michael Sala argazkia Unsplash-en

Kontsumo itzulgarria: merkataritzarako eta ingurumenerako erronka

ENFOKA-TRENDS 2025eko IRAILA

REVERen ikerketa baten arabera, Z belaunaldia da onlineko erosketak itzultzeko rankingaren liderra, % 44,6rekin. Ondoren datoz Millennials (% 36), Baby Boomers (% 24) eta X Belaunaldia (transakzioen 10etik 2).

Klik errazak gastuaren oztopo psikologikoak murriztu ditu, eta plataforma digitalek kupoiekin, deskontu pertsonalizatuekin eta gomendio automatikoekin aprobetxatzen dakite. Gainera, quiet shopping bezalako fenomenoek — online dendetan nabigatzea lanorduetan edo ikasketetan — erosteko bultzada elikatzen dute.

Hala ere, adituak bat datoz Z belaunaldia kontsumitzaile estrategikoenek osatzen dutela esatean: prezioak alderatzen dituzte, deskontuak bilatzen dituzte eta lehen denda fisikoetan bakarrik zeuden produktuak eskuratzen dituzte. Horrek, gainera, online eskaintzak, kupoi digitalak edo bigarren eskuko plataformak bultzatu ditu.

Modaren sektorea da e-Commerceko itzulketek gehien hunkitu dutena. Guztira, arropa-erosketen % 38 itzuli egiten dira, eta, ondoren, zapatak (% 27) eta osagarriak (% 24).



Michael Sala argazkia Unsplash-en

Kontsumo itzulgarria: merkataritzarako eta ingurumenerako erronka

Belaunaldien arteko aldeak ere nabarmenak dira kategoria honetan:

- Z sorkuntza (1997-2012): itzulitako arropa-erosketen ia erdia (% 49), % 38 zapatetan eta osagarrietan
- Millennials (1981-1996): % 39 arropetan, % 33 zapatetan eta % 27 osagarrietan.
- X sorkuntza (1965-1980): % 35 arropetan, % 19 zapatetan eta % 11 osagarrietan.
- Baby Boomers (1946-1964): % 31 arropetan, % 17 zapatetan eta % 6 besterik ez osagarrietan.

Datu horiek agerian uzten dute belaunaldi gazteenak direla produktu gehien itzultzen dituztenak, eta hori erronka bat da saltokientzat, eta alderantzizko logistika optimizatzerara behartzen du.

Bracketing-a gero eta ohikoagoa da, eta itzulketak areagotzen laguntzen du. Fenomeno horretan, kontsumitzaileek produktu beraren bertsio bat baino gehiago erosten dituzte, tailu, kolore edo estilo desberdinetan, etxean probatzeko eta, ondoren, konbentzitzen ez dituztenak itzultzeko.

Portaera hori malgutasunez eta doan itzultzeko politiken erraztasunak bultzatu du, bai eta online erostean neurri egokiarekin asmatzeko zailtasunak ere.



Michael Sala argazkia Unsplash-en

Kontsumo itzulgarria: merkataritzarako eta ingurumenerako erronka

Praktika horrek bezeroen esperientzia hobetzen badu ere eta arropa probatu gabe erosterakoan ziurgabetasuna murrizten badu ere, erronka handia da e-Commerce taldeentzat eta ingurumen-inpaktu handia du. Itzulketa bakoitzak garraio gehigarria dakar, eta, horren ondorioz, KEO gehiago isurtzen dira eta kostu logistikoak handitzen dira enpresentzat.

Gainera, itzultako produktu guztiak ezin dira berriro saldu, higaduragatik, berregokitze-kostuengatik edo hornidura-katean eraginkortasunik ez izateagatik, eta horrek baliabideak alferrik galtzen laguntzen du.

Online erosketen itzulketari dagokionez antzemandako beste fenomeno bat Serial returner da. Z. Belaunaldiko eta Millennialseko gazteek online produktuak erosten dituzte, sare sozialetako argitalpenetarako erabiltzen dituzte eta, ondoren, itzuli egiten dituzte. Praktikak, wardrobing digitala ere deituak ("jantzitegi digitala"), estatusa kostu txikienera proiektatzeko nahiak bultzatutako kontsumo modu berri bat islatzen du.

Arazo horiei aurre egiteko, online saltoki asko soluzioak inplementatzen ari dira, hala nola probaleku birtualak, taila-gida zehatzagoak eta adimen artifizialean oinarritutako teknologiak, bezeroei erosi aurretik erabaki egokiagoak hartzen laguntzen dietenak.



Michael Sala argazkia Unsplash-en

Kontsumo itzulgarria: merkataritzarako eta ingurumenerako erronka

ENFOKA-TRENDS 2025eko IRAILA

Enpresa batzuk haratago ere joaten ari dira, eta Shein eta Amazon merkataritza elektronikoko bi erraldoik erabaki zuten, aurreko udako merkealdietan, jasangarritasun-estrategia indartzea, produktuak itzultzeko prozesuetan praktika berriak aplikatuz. Iragarritako neurrien artean, azpimarratzekoa da kasu jakin batzuetan kontsumitzaileak itzulketaren gastuak bere gain hartzea, baldin eta enpresak egindako akatsen edo akatsen ondorio ez bada. Horrela, konpainiak bilatzen du bezeroek erantzukizun handiagoz hausnartzea, erosketa oldarkor bat edo beharrezkoa ez den itzulketak egin aurretik.

Plataforma horiek, gainera, bilketa-puntu zentralizatuak izan dituzte, mezularitzako langileek etxeetara banakako joan-etorriak egin ez ditzaten itzulketak jasotzera, garraioari lotutako karbono-isuriak murriztuz. Aukera horrek aukera ematen dio erabiltzaileari itzulketak kokapen egokietan entregatzeko, hala nola denda laguntzaileetan edo armairu automatikoetan, eraginkortasun logistikoa erraztuz eta ingurumen-inpaktua minimizatuz.

Neurri horien arrakastaren zain egon beharko dugu; izan ere, espainiarren % 69k adierazi du ez duela erosten online itzulketengatik kobratzen duten dendetan; % 20,4k, berriz, kontsumitzen jarraituko lukeela, baina itzulketak establezimendu fisikoan egingo lituzkeela. Kontrako aldean, % 7,9k erosotasunagatik online produktuak erosten eta itzultzen jarraituko luke, baina zerbitzu horrengatik ordaindu behar izatearen aurka dagoela dio. % 2,6 eskasak dio ez zaiola axola online itzulketengatik ordaintzea, erosotasuna beste edozein gairen aurretik jarritz.



Michael Sala argazkia Unsplash-en

Bibliografia

- **Loreto Iriarte (Deia, 2025)** *El auge del consumo reversible o cómo la Generación Z revoluciona las compras online.* 2025eko irailaren 30ean hemendik eskuratua <https://www.deia.eus/economia-domestica/2025/09/28/consumo-reversible-generacion-z-comprar-mucho-devolver-10138870.html>
- **Laura Marcos (Voz Populi, 2025)** *La generación Z pone de moda el 'consumo reversible' y la devolución de la mitad de sus compras.* 2025eko irailaren 30ean hemendik eskuratua <https://www.vozpopuli.com/economia/generaci%C3%B3n-z-consumo-reversible-devoluciones-compras-online.html>
- **Rafael Sotelo (Marketing4eCommerce, 2025)** *La generación zeta ya devuelve la mitad de la ropa que compra online. Y eso es un grave problema.* 2025eko irailaren 30ean hemendik eskuratua <https://marketing4ecommerce.net/devoluciones-ecommerce-generacion-zeta>
- **Diego Sánchez (Economía Digital, 2025)** *Así están cambiando Shein y Amazon sus políticas de devolución.* 2025eko irailaren 30ean hemendik eskuratua <https://www.economiadigital.es/empresas/shein-amazon-politicas-devolucion.html>
- **La Gaceta (2025)** *Comprar, postear y devolver se vuelve rutina con los "serial returners".* 2025eko irailaren 30ean hemendik eskuratua <https://www.lagaceta.com.ar/nota/1091589/sociedad/comprar-postear-devolver-se-vuelve-rutina-serial-returners.html>
- **Puro marketing (2024)** *El 69% de los españoles evita comprar en tiendas que cobran por las devoluciones.* 2025eko irailaren 30ean hemendik eskuratua <https://www.puromarketing.com/76/213509/espanoles-evita-comprar-tiendas-cobran-devoluciones>