



2025EKO AZAROA

Enfoka-Trends

Z genea: belaunaldi bakartia

Z genea: belaunaldi bakartia

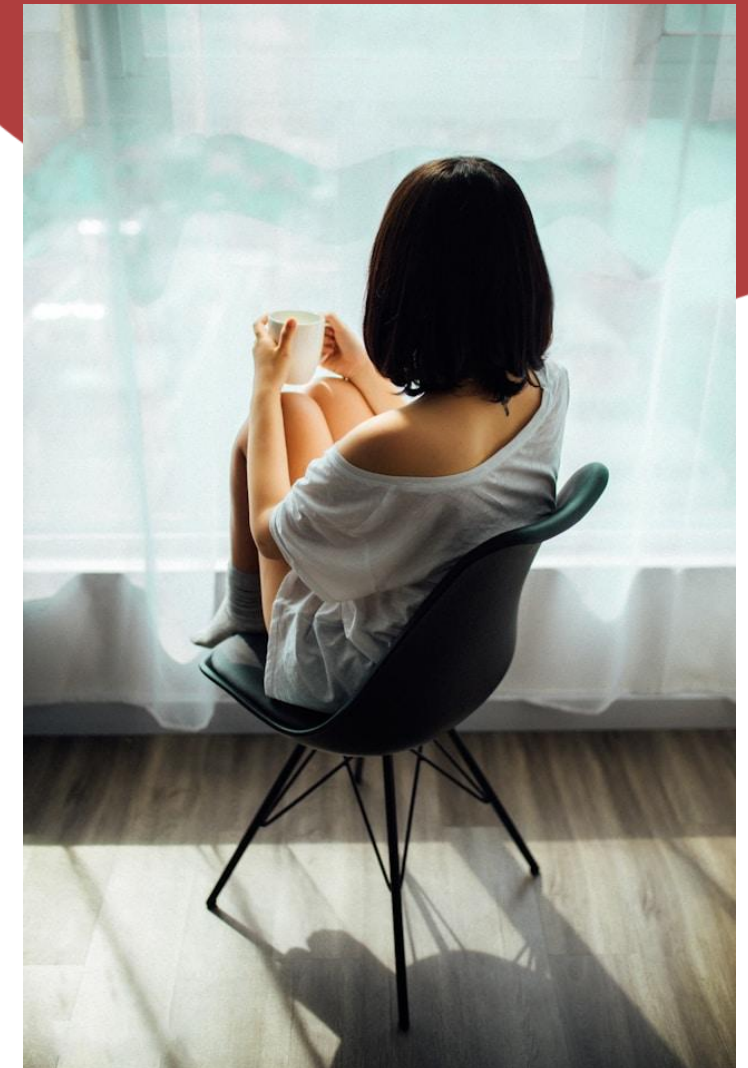
Definizio zehatzik ez badago ere, Gen Z esaten zaio 1997 eta 2012 urteen artean jaiotako belaunaldi-taldeari, hau da, orain 14 eta 27 urte bitarteko belaunaldi-taldeari. Z geneak "natibo digital" kontzeptuari lotuta daude.

Pantailak, Internet eta konektatutako aparatuak ingurune hurbilenaren parte izan dira jaio zirenetik. Belaunaldi honetarako ez da egon aurreko belaunaldiek ezagutu duten analogikotik digitalerako trantsiziorik: osagai digitala erabat integratuta dago bere DNAn.

Bakardadeak erabat aldatu du gizartearen panorama: gaur egun gazteen aldera jotzen du, ez adinekoen aldera, ohi bezala. Z geneak, eta baita Millennialaren zati batek ere, diote presio sozial handia jasaten ari direla itxura ona izateko. Hori lortzen ez den kasuetan, isolamendura, Chatbots konpainia gisa erabiltzera eta hiperkonektatuta egotera bideratzen da, eta horrek ez du ordeztzen beharrezkoa den giza konexioa.

Duela gutxi **NIVEA CONNECT COMPASS** inkesta egin da, 13 herrialdetan 30.000 pertsona baino gehiagori egindako inkesta. Inkesta horretan ikusi da 16 eta 24 urte bitarteko pertsonak direla talde demografiko bakartiena: % 24 isolatuta sentitzen dira, eta % 19, berriz, heldu guztiak.

Nivea izan da gaiari buruz hitz egin duen lehen marka komertzialetako bat, "Nivea connect" izeneko hezkuntza- eta laguntza-sistemaren garapenaren bidez, orain 30 herrialde baino gehiagotan funtzionatzen duena.



Anthony Tran argazkia **Unsplash-en**

Z genea: belaunaldi bakartia

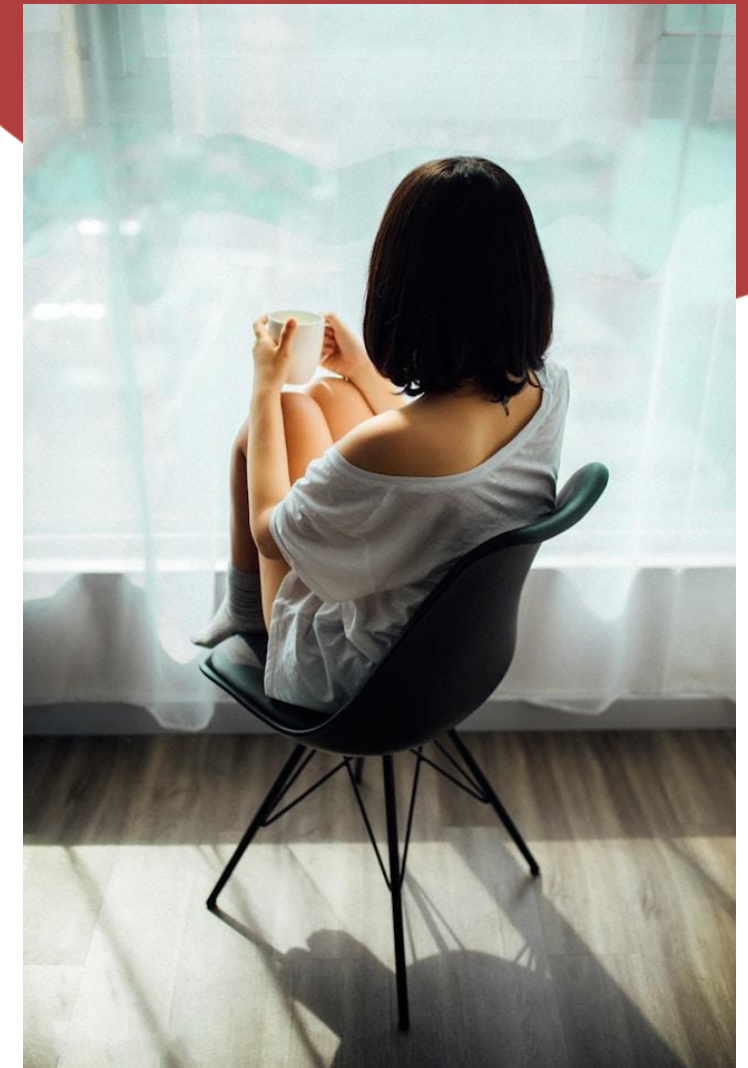
Ido beretik, Osasunaren Mundu Erakundeak (OME) egindako azterketa berri baten arabera, bakardadeak sei pertsonatik bati eragiten badio ere, nerabeak dira gehien eragiten dien taldea. Emakumeen % 24,3k maila altuak ditu, eta datu horrek bakardade-izurrite horrekiko kezka gero eta handiagoa azpimarratzen du.

OMEko adituek estatuetako gobernuei eskatu diete bakardadea lehentasun politiko bihurtzeko eta gizarte-loturak sendotzen lagun dezaketen estrategiak gehiago ikertzeko.

Hurrengo hilabeteetan, adibidez, Suedia 16 eta 18 urte bitarteko gazteei "jarduera-txartelak" ematen hasiko da, gizarte zibileko taldeetan, kiroleetan, aire zabaleko jardueretan eta kultura-ekitaldietan gastatu ahal izango duten diruarekin, baina soilik beste pertsona batzuek parte hartzen duten jardueretan.

Helburua da gazteei gizarte-trebetasunak hobeto ematea eta adin guztietako pertsonen arteko loturak bultzatzea. "Hau ez da bakarrik daudenen arazoa, isolatuta daudenen arazoa", adierazi du Jakob Forssmed Suediako Gizarte Gaietarako eta Osasun Publikorako ministroak.

Eta ez da gertakari isolatua, Euskadin egoera antzekoa da, 15 eta 28 urte bitarteko euskaldunak dira bakarrik sentitzen diren biztanleen artean gehien sentitzen direnak. Pertsona horietako lautik batek dio nahi gabeko bakardadea pairatzen duela; % 15ek, berriz, haratago doa eta horrelako egoerak maiz pairatzen dituela ziurtatzen du.



[Anthony Tran](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Z genea: belaunaldi bakartia

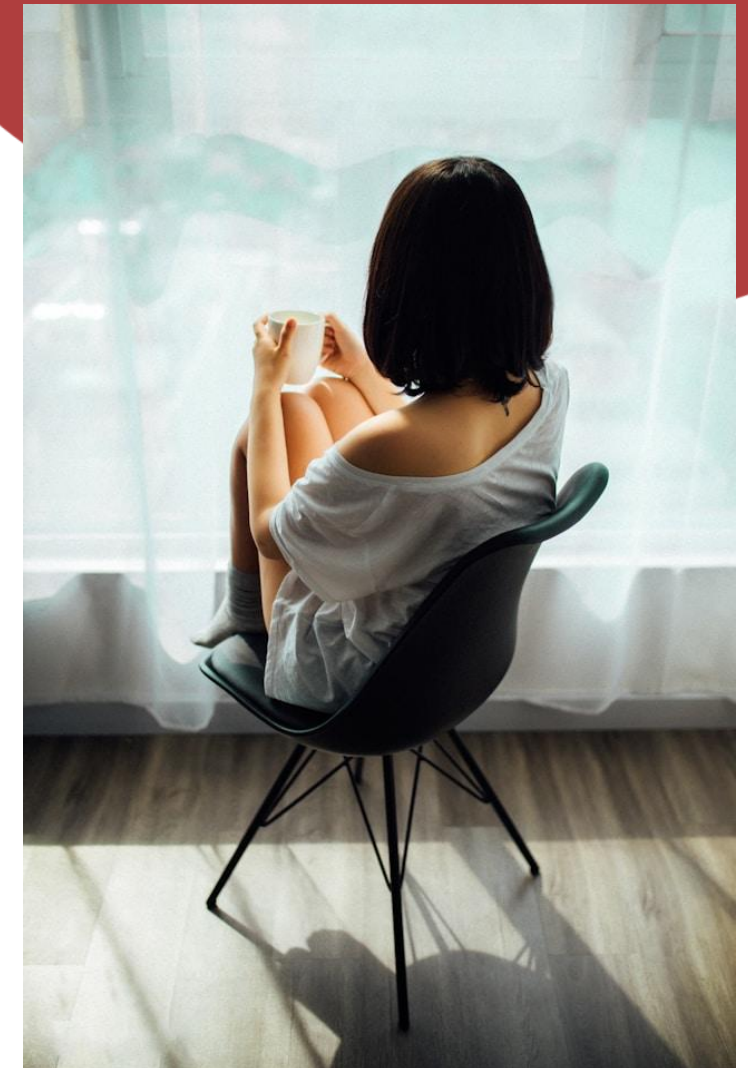
Horiek dira 'The future game' ekimenaren edizio berri batean jasotzen diren ondorioetako batzuk. BBK Kuna eta DOTek sustatuta, kolektibo gazte horren ongizateari heltzea da proiektu honen ardatza.

Egoera horren aurrean, aukera bat sortzen da saltoki batera egindako bisita bat transakzio hutsa izan ez dadin, belaunaldi gazte horren kontsumitzaileekin benetako konexioak sortzeko aukera bihurtu baita.

Neke digitalak eta gero eta bakardade sentrazio handiagoak bultzatu dute erosketa-esperientzia gizatiarragoak eta emozionalagoak bilatzea. Denda fisikoak topaketa- eta aurkikuntza-gune gisa definitzen ari dira berriro, eta online markek, berriz, engagement handiagoa sortu nahi dute, fidelizazio-estrategia pertsonalizatuen bidez.

Denda fisikoetan edo ekosistema digitalean benetako elkarreragina sustatuko duen ingurune bat sortzea funtsezkoa izango da bezeroekiko harremana sendotzeko.

Testuinguru horretan, merkataritza-gune bat bisitatzeak beste zentzu bat hartzen du: produktuaz harago, kontsumitzaileek lotura- eta pertenezia-seinaleak bilatzen dituzte, baita eguneroko interakzioetan ere.



[Anthony Tran](#) argazkia [Unsplash-en](#)

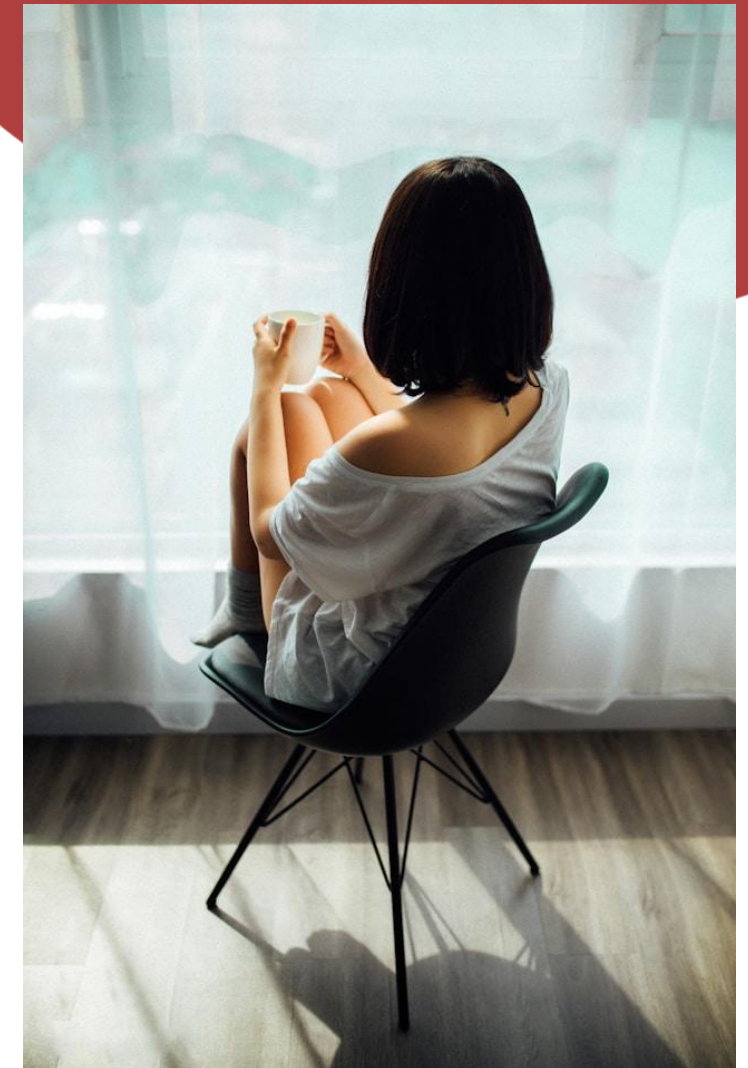
Z genea: belaunaldi bakartia

Bai, "connecting people" lelo mitikoak inoiz baino zentzu handiagoa du gaur egun. Ez da erraza harreman iraunkor eta sakonak eraikitzea denbora eskasiaren aurrean, harreman likidoi lehentasuna eman baitie, adiskidetasuna luxu berri bihurtuz.

Albert Heijn supermerkatu holandarrek egindako kanpainan dugu gure saltokietan konexioak sortzeko moduaren adibide on bat. Izan ere, supermerkatu horietako bezeroek saski berde berezi batzuk har ditzakete, eta horrek esan nahi du irekita daudela beste erosle batzuekin hitz egiteko. Saskiek elkarrizketarako gaiak eta harremanetarako informazioa trukatzeko espazioa dituzte, erosketan gizarte-loturak sustatuz.

Cadizen auzoko denda txiki baten adibidea ere badugu: La tienda de la vecina. Erakusleihoan mezu sinple baina indartsu bat zuen kartel bat jarri zuen: "bakarrik sentitzen zareten pertsona guztiak" "hitz egitera" soilik sartzera gonbidatuz. Lokalaren barruan besaulki bat ere badago, hitz egitera besterik gabe sartu nahi dutenentzat. Horrela, bakarrik sentitzen direnentzako topagune eta entzuteko gune bihurtzen da.

Chatty Café izeneko beste ekimen bat Erresuma Batuan jarri da martxan, kasu honetan ostalaritza-sektorearekin lankidetzan.



[Anthony Tran](#) argazkia [Unsplash-en](#)

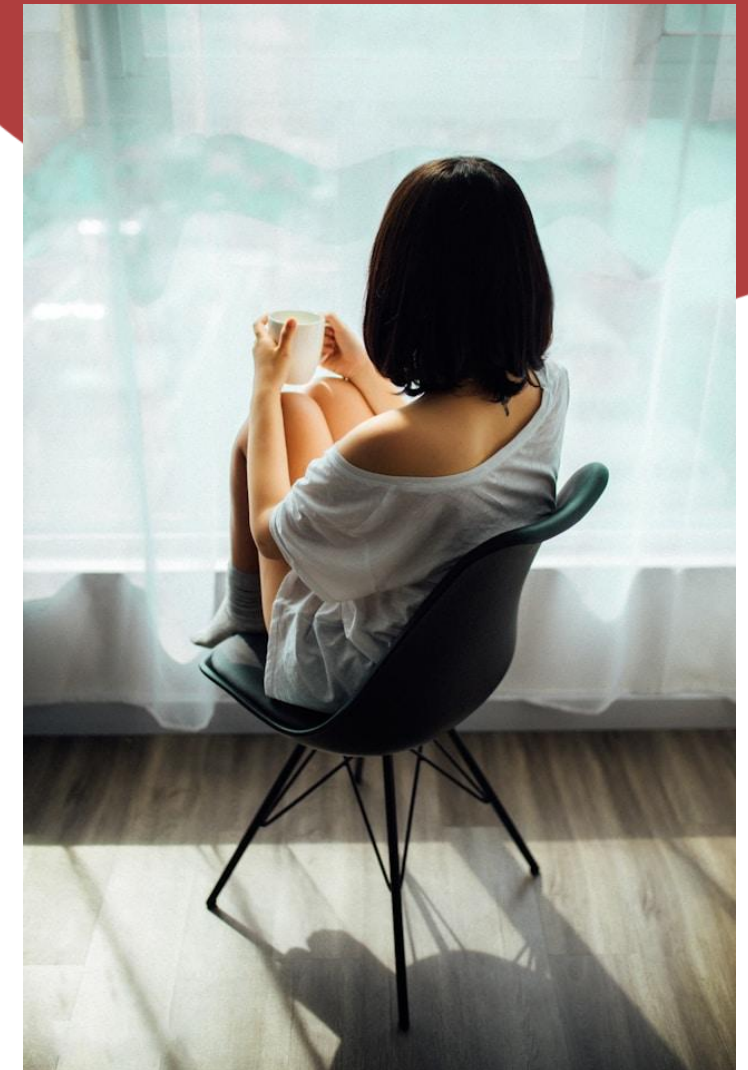
Z genea: belaunaldi bakartia

"Solaskaldi eta elkarrizketa mahaiak" izenekoak dira, eta kafetegietan eta pubetan daude. Bertan, pertsonak eseri daitezke, hitz egin nahi badute. Toki batzuetan boluntarioak ere izaten dira elkarrizketak errazteko. Kasu honetan, oso argi ikusten da saltoki edo ostalaritza batek nahita har dezakeela rol sozial bat, bakardadearen aurkako topaketa espontaneo eta indartsuak sustatuz.

Hurbilagokoak ditugu Euskadin garatutako hainbat adibide, irakurketa-klubetan oinarritutako ekimenak abian jarri dituzten liburu-denden bidez. Ekimen horiek komunitatea sortuz bertaratutakoaren artean loturak sortzeko helburu bera betetzen dute.

Irakurketa-klubek ekimen hau enpresa-sektorerara ere salto egiten ari da, plantilletako langileen artean lotura sortzeko helburuarekin. Izan ere, pandemiaren ostean, telelana ohikoa bihurtu da zenbait sektoretan, informatikan adibidez, eta, horren ondorioz, nahi gabeko bakardade-kasuak ugartu egin dira.

Zalantza sortzen da, konexioak sustatzeko espazioak egon arren, eta aplikazioak egon arren eta adimen artifiziala bakardadearekin amaitzeko borrokan murgildu bada ere, arazo hori konpon ote daitekeen gizartea gero eta bizkorrago dagoenean eta indibidualtasunak indarra hartzen duenean. Nola da posible inoiz baino bakarrago egotea konektatuago gaudenean? Bizitza modernoaren paradoxak.



[Anthony Tran](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Bibliografia

- **Trendwatching (2025)** *Cuanto más joven, más solitario*. 2025eko azaroaren 28an hemendik berreskuratua <https://www.linkedin.com/pulse/younger-lonelier-trendwatching-com-doxoc/>
- **Gabriela Galvin (Euronews, 2025)** *Los adolescentes son el grupo más solitario del mundo*. 2025eko azaroaren 28an hemendik berreskuratua <https://es.euronews.com/salud/2025/06/30/los-adolescentes-son-el-grupo-mas-solitario-del-mundo>
- **Terry Bastera (El Correo, 2025)** *Uno de cada cuatro jóvenes vascos se siente solo y el 32% ha sufrido problemas de salud mental*. 2025eko azaroaren 28an hemendik berreskuratua <https://www.elcorreo.com/sociedad/cuatro-jovenes-siente-solo-sufrido-problemas-salud-20250218001240-nt.html>
- **Zorraquino (2024)** *Consumer trends 2025: Genuine Connections*. 2025eko azaroaren 28an hemendik berreskuratua <https://trends.zorraquino.com/informes/consumer-trends/2025/genuine-connections.html>
- **Kalin Ned (Trendhunter, 2024)** <https://www.trendhunter.com/trends/grocery-shopping-experience>. 2025eko azaroaren 28an hemendik berreskuratua <https://www.trendhunter.com/trends/grocery-shopping-experience>
- **José Landi (La voz del sur, 2024)** *Una tienda de Cádiz hace viral su campaña contra la soledad: "Aquí puedes entrar sólo a charlar"*. 2025eko azaroaren 28an hemendik berreskuratua <https://www.lavozdelsur.es/ediciones/cadiz/tienda-cadiz-hace-viral-su-lucha-contra-soledad-mayores-con-cartel-aqui-puedes-entrar-solo-charlar-314916-102.html>
- **Town & Country Housing (2025)** *El programa Chatty Café: una forma sencilla de alegrarle el día a alguien*. 2025eko azaroaren 28an hemendik berreskuratua <https://tch.org.uk/2025/02/26/the-chatty-cafe-scheme-a-simple-way-to-brighten-someones-day/>

Bibliografia

- **Ramón Albertus (El Correo, 2024)** *Las librerías de Vitoria retoman sus clubes de lectura*. 2025eko azaroaren 28an hemendik berreskuratua <https://www.elcorreo.com/alava/araba/librerias-vitoria-retoman-clubes-lectura-20240916003050-nt.html>
- **David Morán (El periodico, 2025)** *Las empresas se apuntan al 'boom' de los clubs de lectura: los escritores (también) van a la oficina*. 2025eko azaroaren 28an hemendik berreskuratua <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20250518/empresas-apuntan-boom-clubs-lectura-117429010>

Lotutako informazioa

- **Como emplean su tiempo las personas desde 1930 hasta hoy:**
<https://www.youtube.com/shorts/ltuAJgZuyDc>
- **Idea de negocio: Club de lectura:**
<https://www.youtube.com/watch?v=sDkl1V1PVG0>
- **La saturnina:**
<https://lasaturnina.wordpress.com/79-2/>
- **Errabundia:**
<https://errabundialibreria.com/event/club-de-lectura-literatura-errabunda-lunes-1-12/>
- **Eva Forest Liburutopia:**
<https://liburutopia.eus/>