

Herrietako komertzioa k arriskuan daude aspalditik, saltoki handi eta merkeek indarra hartu zutenetik, baina nolabait bizirautea lortu dute batzuek, kalitatezko produktuak edota produktu bereziak eskainiz. Oraingoan, berri, etsai berri bat dute: Txinatik datozen plataformak. Denetik saltzen dute. Imajinatu dezakezun edozein produktu hor izango dute. Eta ez badago, existitzen ez den seinale da. Gainera, preziorik merkeena dute.

Shein eta Temu saltoki biralez ari gara. Nork ez ditu ezagutzen? Interneten bideo bat ikusten, albiste bat entzuten edo joko batera jokatzan ari garenean ikusten ditugu horien publizitateak, sekulako eskaintzak erakutsiz. Kontra egiten dietenek argudiatzen dute prezio baxuetan saltzerakoan, kalitatea ez dela onena, eta arrazoiak dute neurri batean. Agian produktuak ez dira herriko saltoki baten parekoak, baina askotan Amazonen saltzen diren berdinak dira. Are gehiago, Sheinen kasuan, adibidez, diseinatzailerekin elkarlanean aritzen dira moda kolekzio bereziak ateratzeko, prezio lehiakorrean. Inditex inperioa oraindik nagusi den honetan, diseinatzailer txiki horientzat ezinezkoa litzaiteke euren moda kolekzioak beste modu batera kaleratzea.

Frankiziazko produktuak ere baditu Sheinek, eta "Harry Potter", "Friends" edota Disney bezalako marken produktu ofizialak lor daitezke, denda ofizialetan izango luketena baino prezio baxuagoan. Gainera, saltokiaren barruan, sub-

markak daude, bakoitzak kalitatearen arabera prezioak ditu, eta bere "luxuzko" atala ere badu, baita makillaje zein azala zaintzeko produktuei zuzendutako atala ere. Azken urteetan arrakasta gehien izan duen saltokia izan da Shein, eta hainbat hiritan *pop-up* dendak zabaltzera iritsi da.

Temu beranduago sortu zen arren, joko bidezko promozioak eskaintzen ditu (erruletaren jolasa deskontuak lortzeko; produktu "garesti" bat opari beste zazpi produktu erosiz gero, berdin du zenbat balio duten...). Trikimailuak erabiltzen dituzte bezeroak erakartzeko eta erosleengan premiak sortzeko. Sheinen bezala, Temun aurkitu daitezkeen produktu asko Amazon bezalako bestelako *market place* dendetan eskuratu daitezke, baina garestiago.

Mundu mailan izaten ari diren arrakasta ikusita, eta horiekin lehiatzea guztiz ezinezkoa denez, herrialdeek, euren produktuak eta saltokiak babestu nahian, mugak jartzea erabaki dute. Adibidez, Estatu Batuek muga-zergei buruz hartutako erabakiak zuzenean eragingo die Shein eta Temuri. Donald Trump presidentek Txinatik datozen salgaiei zerga gehigarriak ezartzea erabaki zuen, bi mundu potentzien arteko tentsio komertzialen aurrean. Era berean, herrialdean sartzen diren fardel txikiek ere zergak izango dituztela erabaki da, orain arte 800 dolarretik beherako balioa zutenak zergatik at bazeuden ere.

Horretaz baliatu dira Txinako plataforma handiak orain arte: azken 10 urteetan mugazergarik ordaintzen ez zuten fardelen kopurua %600 handitu zen. Adituek diote platafor-



MUGA-ZERGEN AUZIA

Plataforma txinatarrei zangotraba

 **EKONOMIA** / Nagore BELASTEGI MARTIN

Azken urteetan gure kontsumitzeko eredua izugarri aldatu da. Lehenik saltoki handiak eta frankiziak iritsi ziren, gero internet bidezko erosketak, eta azken boladan Txinatik datozen plataforma merkeak, denetik eskaintzen digutenak. Horiei mugak jartzeko bidean dira Estatu Batuek, baina baita Europa ere.

mak «moldatu egingo direla» eta ziur aski orain arteko prezioak eta aniztasuna ezingo dituztela mantendu, eta aldaketa horrekin kontsumitzaileak ere galduko duela. Saltoki elektronikokoan aditua den Laëtitia Lamarik dioenez, «plataforma txinatarrek kontsumitzailea-

ren egunerokoaren parte dira, Walmart, Target edo Amazon bezalaxe». Temuren %20-30en salmentak Estatu Batuetatik datoz. Sheinen kasuan, datuak altuagoak dira oraindik, %30-40, dio adituak.

Trumpek proposatutako neurriak suposatzen du enpre-



sek formalitate administrati-boei sarriago erantzun behar-ko dietela, eta kontrol gehiago egongo direla, bidalketak atze-ratuz. Muga-zergen ondorioz, prezioak igoko dira eta kontsumitzailearen esku egongo da prezio igoera hori onartu edo ez. «Hala ere, kontsumitzaile estatubatuarrek ez du aukera askorik: Amazon Haul, 20 dolarretik beherako produktuak eskaintzen dituen Amazonen atala, Txinako produktuez hornitzen da».

Kontuan izanik Shein eta Temu ere *market place* direla, alegia, saltoki txiki eta ertainek saldu ahal izateko plataformak direla, enpresa handiak ez diren bestelako kaltetuak ere egongo dira. «Eragina suntsitzailea izango da Internet bidez saltzen duten ehun milaka enpresa txiki-

rentzat», dio Sheng Lu-k, Delawareko Unibertsitateko irakasleak. Izan ere, saltoki txiki hauek jada %30eko tasa bat ordaintzen diete bitartekariei.

Plataformek hartu dezaketen bidea Estatu Batuetan biltegiak osatzea izan daiteke, edota bertako banatzaileekin harremanak jostea. «Temuk, adibidez, salgaiak Txinatik kanpoko biltegietara bidali ohi ditu, bezeroari zuzenean baino gehiagotan», dio Rui Ma-k, Tech Buzz-en sortzaileak. Baina jokatzeko era honek ere baditu bere arriskuak: biltegiak erosi edo alokatzean inbertitu behar dute, produktuen kudeaketak ere baditu gastu batzuk, eta gainera, orain arte eskaintzen duten malgutasuna mugatu daiteke.

KALITATE KONTROLAK

Europak ere online saltokiei mugak jartzea adostu du; Europako Batzordeak esan du ez dela Estatu Batuekin ados jarri —gaia mahai gainean jarri zuen 2023ko maiatzean—, baina erabakia une berean eman dute aditzera. European muga-zergak 150 euroko fardelei ezartzen zaizkien arren, aurrerantzean muga hori desagertu daiteke, zerga fardel guztiei ezarritik. 2024an 150 eurotik beherako 4.600 milioi bidalketa egin ziren European; 12 milioi fardel egunean, 2023ko datuen bikoitza eta 2022ko datuen hirukoitza.

Muga-zegarrik gabe, Shein eta Temu merke saldu ahal zuten European, eta honek xehekari europarrekiko «lehia desleiala» zekarrela uste zuen Bruselak. Merkatuko baldintzak parekatzeko helburua du arau berriak, plataforma hauek Europako Batasuneko beste edozein enpresak dituen baldintza fiskal berdinak izan

Hartuko diren neurriek bezeroarengan eragina ere izango dute ziurrenik: prezioen garestitzea, fardelak jasotzean atzerapenak eta produktuen aukera murriztagoa

2024an 150 eurotik beherako 4.600 milioi bidalketa egin ziren European; 12 milioi fardel egunean, 2023ko datuen bikoitza eta 2022ko datuen hirukoitza

ditzaten. Aurretik esan bezala, honek prezio igoerak ekarriko ditu ezinbestean.

2024ko ekainean, Bruselak Informazio formalaren eskakizun bat egin zion Sheini, bezeroei legalak ez diren produktuen inguruan informazioa eskaini diezaien eta gardentasuna izan dezan. Jasotako erantzunak baliozkotzat hartzen ez badituzte, saltokiari isun bat jartzea aztertzen ari da Batzordea. Bestalde, Kontsumitzaileen Babeserako Europako Lan-kidetza Sarea kontsumo araudi komunitarioa urratzen duen edo ez aztertzen ari da. Plataforma txinatarrek ematen duen erantzuna berebizikoa izango da European izango duen etorkizuna bermatzeko.

Hori dela eta, Europak badaiki Txinako plataforma haue-tan saldutako produktu batzuek ez dutela betetzen EBko araudia, kalitate, material edo segurtasun aldetik, batez ere jostailu, kosmetiko edota produktu elektronikoei dagokienez. Kontrol falta horren aurrean eta saltzen diren produktuak estandar europarrak betetzen dituztela bermatzeko, kontrolak indartuko dituzte aduanetan. Hala, salgaiek bezeroarengana iristeko beharko duten denbora luzatzeaz gain, produktu asko erretiratuak izango dira ikus-ka-penak gainditu ezean.

Shein eta Temu bezalako plataformak arau berrietara moldatzea lortzen badute, agian Europako merkatuarentzat interesgarriak izaten jarraitu dezakete, prezio baxuetan oinarritutako negozio eredua mantentzea lortzen badute. Izan ere, kontsumitzaileak alde dituzte nolabait. Estatu Espainoleko Kontsumitzaileen Elkarteak Europako Batzordeari eskatu dio plataformekin elkarlanean aritu daitezela, saltzen dituzten produktuen segurtasuna bermatzeko, baina, aldi berean, kontrolak prezioen igoeran ez islatzeko, finean, «galtzailea» eroslea delako.

«Gainera, politika komertzial honek Europak Estatu Batuei egin dien eskakizunarekin talka egiten du. Ezin dugu gauza bat egin eta horretaz kezatu beste herrialde batek Europari egiten diorean», adierazi du elkarteak.

Azkenik, kontsumitzaile elkarteak uste du Europako Batzordeak ez duela Europako enpresa eta teknologia indartzeko politikarik egin azken urteetan, eta horregatik izan dute hainbesteko arrakasta plataforma txinatarrek; «Europako teknologiak ez du batera axola mundu mailako panoraman», iritzi du.

Shein eta Temu ari gara denbora guztian, horiek dire-lako saltokirik arrakastatsuenak, baina beste mordoxka ere badira, tartean saltoki eredu honen aitzindari izan zen Aliexpress, edo faltsifikazioak saltzeagatik ezaguna egin den Haco. Denda horietan erosten dutenak adi ibili beharko dira datozen aldaketen aurrean, litekeena delako enpresei ez ezik, kontsumitzaileari ere eragitea neurriek, zeharka, besterik ez bada ere.

2024ko udaberrian Sheinek «pop-up» denda bat zabaldutuen Madrilen, bi astez zabalik egon zena.
Alejandro MARTINEZ VELEZ | EUROPA PRESS