



Combinação de loja online com loja física aumentou foi fundamental para o comércio em 2020



De acordo com a GfK a maneira como as pessoas vão encarar suas compras em 2021 indica o fim das barreiras entre Físico e Digital.

Para Felipe Mendes, General Manager da GfK para América Latina, o chamado Digital apresentou melhor performance em 2020, na comparação com operações apenas online ou apenas físicas.

“Embora os pedidos do e-commerce tenham crescido em 2020, notamos que os varejistas com atuação exclusivamente online cresceram 17% nos três primeiros trimestres do ano, enquanto os lojistas com atendimento apenas físico tiveram queda de 27%. E aqueles com atuação tanto online quanto física, os chamados Click&Brick, cresceram 77% no mesmo período”, observa o executivo.

Na avaliação da companhia, a pandemia nos colocou pra dentro de casa e nos fez olhar diferente para o que antes era encarado como um abrigo ou lugar de descanso. Passamos a enxergar nossas casas como o local permanente para nosso trabalho, educação, entretenimento e informação. Esse fator alavancou as vendas de tudo o que tem a ver com reforma e aperfeiçoamento do lar, como a compra de móveis, materiais de construção, eletrodomésticos e eletrônicos, videogames, computadores, câmeras, fones de ouvido, entre outros.

E, em 2021, a digitalização dos lares segue acelerada. “Alguns nichos do mercado ainda poderão gerar oportunidades de negócios. É o caso da digitalização da segurança e da iluminação, a realização de limpeza com robôs, e a programação à distância do ar-condicionado, por exemplo, ou a venda de serviços de helpdesk remoto e pacotes de serviços digitais, como Inteligência Artificial. Ou do lazer e entretenimento que seguirão como pilares fundamentais para mantermos a socialização e podem estimular a venda de gadgets de realidade virtual ou aumentada, para citar alguns exemplos de setores em alta neste ano”, completa Felipe Mendes.



**[comercialonline.tv.br](http://comercialonline.tv.br)**