

PESQUISA ANUAL DE COMÉRCIO VAREJISTA EDIÇÃO 2021

ALIANÇA  BIKE
Associação Brasileira do Setor de Bicicletas

APOIO





IDEALIZAÇÃO

Aliança Bike - Associação Brasileira do Setor de Bicletas

COORDENAÇÃO GERAL

Daniel Guth

COORDENAÇÃO COMUNICAÇÃO

Giuliana Pompeu

DIAGRAMAÇÃO

Michel Will

CONSELHO DELIBERATIVO (Aliança Bike)

Giancarlo Clini

Rodrigo Coelho Pinto

André Ribeiro

APOIO

Itaú Unibanco

ÍNDICE

1. Metodologia.....	4
2. Introdução.....	5
Destaque dos dados.....	6
Perfil típico de uma loja de bicicletas no Brasil.....	8
3. Resultados.....	9
3.1 Enquadramento fiscal das lojas.....	10
3.2 Atividade econômica declarada.....	11
3.3 Funcionários.....	12
3.4 Quantidade média de bicicletas comercializadas.....	13
3.5 Longevidade das lojas de bicicletas.....	14
3.6 Vendas e faturamento.....	15
3.7 Modelos de bicicletas comercializados.....	18
3.8 Faixa de preço médio das bicicletas nas lojas.....	22
3.9 E-commerce.....	23
3.10 Grupos de Pedal.....	26
3.11 Percepção e opinião.....	27

1. METODOLOGIA

Survey Online: Survey online através da plataforma “Survey Monkey” com divulgação direcionada para lojistas de todo o Brasil.

Período de coleta: Respostas coletadas entre os dias 5 de julho e 9 de agosto de 2021.

Número de respondentes: 183 lojistas, localizados em 20 Estados diferentes.

Localização dos respondentes: Mais da metade (58%) das lojas de bicicletas que responderam a pesquisa se encontram na região sudeste, sendo São Paulo o estado com o maior número de respondentes (78).

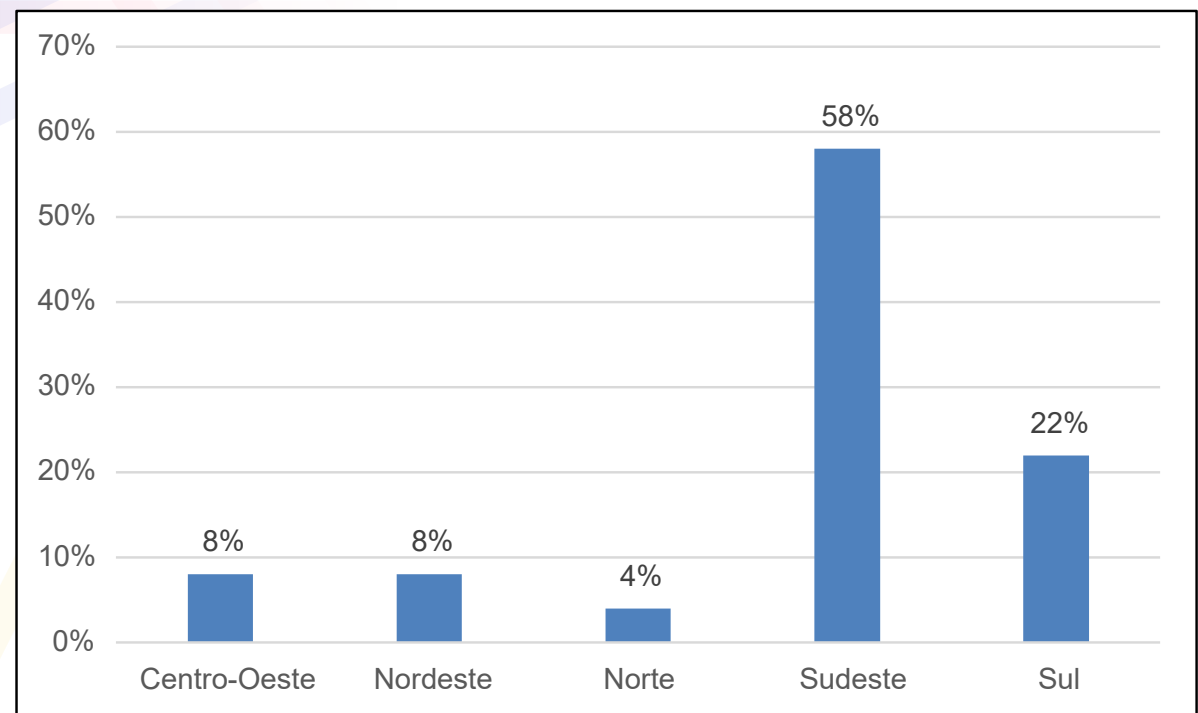


Figura 1 - Lojistas respondentes, por região

2. INTRODUÇÃO

Desde 2018 a Aliança Bike realiza a Pesquisa Anual de Comércio Varejista de Bicicletas, buscando mostrar tendências, mudanças e perspectivas para o comércio varejista de bicicletas. Mais uma vez, por conta da pandemia de Covid-19, a pesquisa foi realizada de forma virtual através de questionário enviado diretamente aos lojistas.

Os resultados mostram tendências importantes para serem observadas, que passam por mudanças que foram aceleradas principalmente pelos efeitos da pandemia. Ainda, os dados reforçam a maturidade e longevidade das lojas de bicicletas como uma das atividades econômicas mais importantes do setor de bicicletas, não apenas por ser a atividade da economia da bicicleta que mais emprega, mas também por ser aquela com maior capilaridade e contato direto com ciclistas consumidores.

REALIZAÇÃO



APOIO



DESTAQUE DOS DADOS

- Existem, no Brasil, 10.056 lojas de bicycletas.
- As vendas de bicycletas cresceram 34% no primeiro semestre de 2021 em comparação com o mesmo período de 2020.
- 88% das lojas estão no regime do Simples Nacional
- As lojas têm, em média, 4 funcionários.
- 83% das lojas de bicycletas venderam até 500 bicycletas no ano passado.
- Metade das lojas de bicycletas têm mais de 10 anos de vida.
- Em 3 anos, o crescimento de lojas que passaram a vender bicycletas elétricas foi de 150%.
- 61% das bicycletas vendidas nas lojas têm valor de até R\$ 3 mil.
- Bicycletas especializadas (a partir de R\$ 10 mil) representam 5% das bicycletas comercializadas nas lojas.
- Em média 42,5% do faturamento das lojas vem da venda de bicycletas inteiras (-11% em comparação com 2020).

- Em média 27,8% do faturamento das lojas vem do serviço de mecânica e revisão (crescimento de 30% em comparação com 2020).
- 51% das lojas já fazem vendas online; destas, 38,2% se utilizam somente das plataformas de marketplace.
- O Mercado Livre é a plataforma mais utilizada entre lojistas (71,4%).

79% das lojas organizam e/ou apoiam grupos de pedal/ grupos de ciclismo locais.

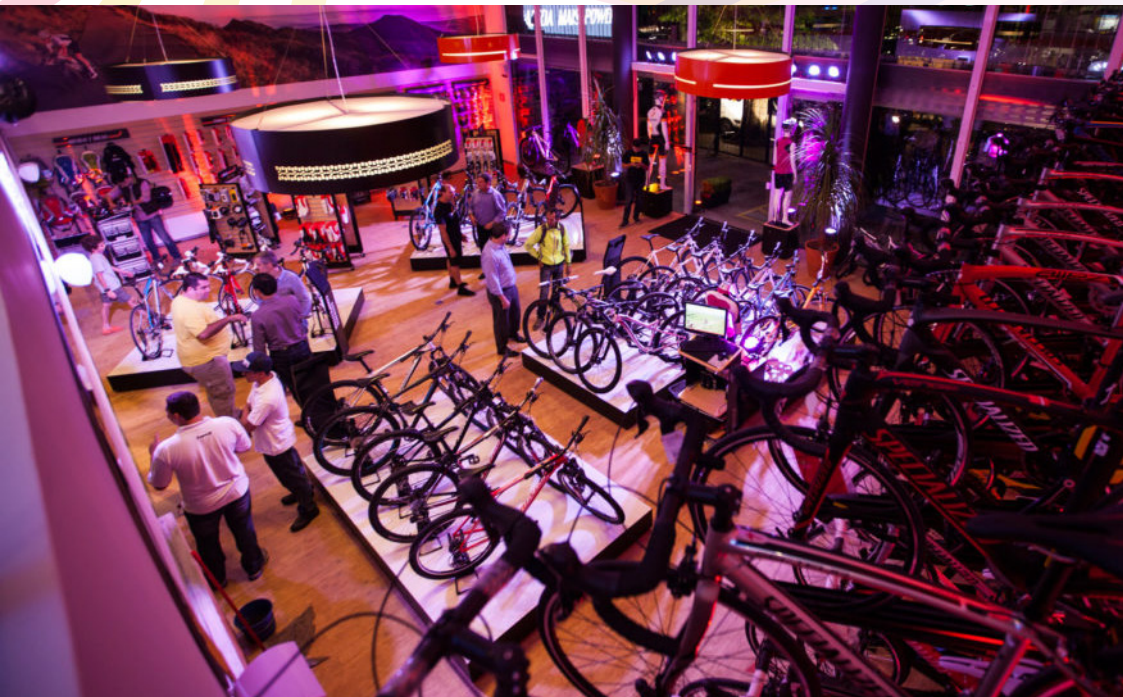
- 63% dos lojistas acreditam que venderão mais em 2021 do que em 2020; e 20% acreditam que o montante será igual; apenas 16% acreditam que 2021 será um ano pior do que 2020.
- Segundo lojistas, a redução da carga tributária continua sendo a medida mais importante para aumentar o uso de bicicletas, sendo indicada como prioridade máxima por 66% dos lojistas.

PERFIL TÍPICO DE UMA LOJA DE BICICLETAS NO BRASIL

- **Classificação fiscal:** Simples Nacional
- **Atividade econômica principal:** Comércio varejista de bicicletas e triciclos, peças e acessórios
- **Faturamento anual (médio):** entre R\$ 501 mil e R\$ 1 milhão
- **Tempo médio de funcionamento:** 10 anos
- **Faixa de preço de venda das bicicletas:** R\$ 1 mil a R\$ 3 mil
- **Número médio de funcionários:** 4 (quatro)
- **Quantidade de bicicletas vendidas no ano:** entre 300 e 500 unidades
- **Vendas:** na loja física e online (marketplace, preferencialmente Mercado Livre)

RESULTADOS

Os resultados mostram tendências importantes para serem observadas, que passam por mudanças que foram aceleradas principalmente pelos efeitos da pandemia de Covid-19. Ainda, os dados reforçam a maturidade e longevidade das lojas de bicicletas como uma das atividades econômicas mais importantes do setor de bicicletas.



3.1 ENQUADRAMENTO FISCAL DAS LOJAS

As lojas de bicicletas estão enquadradas, majoritariamente, no regime tributário do Simples Nacional (88%).

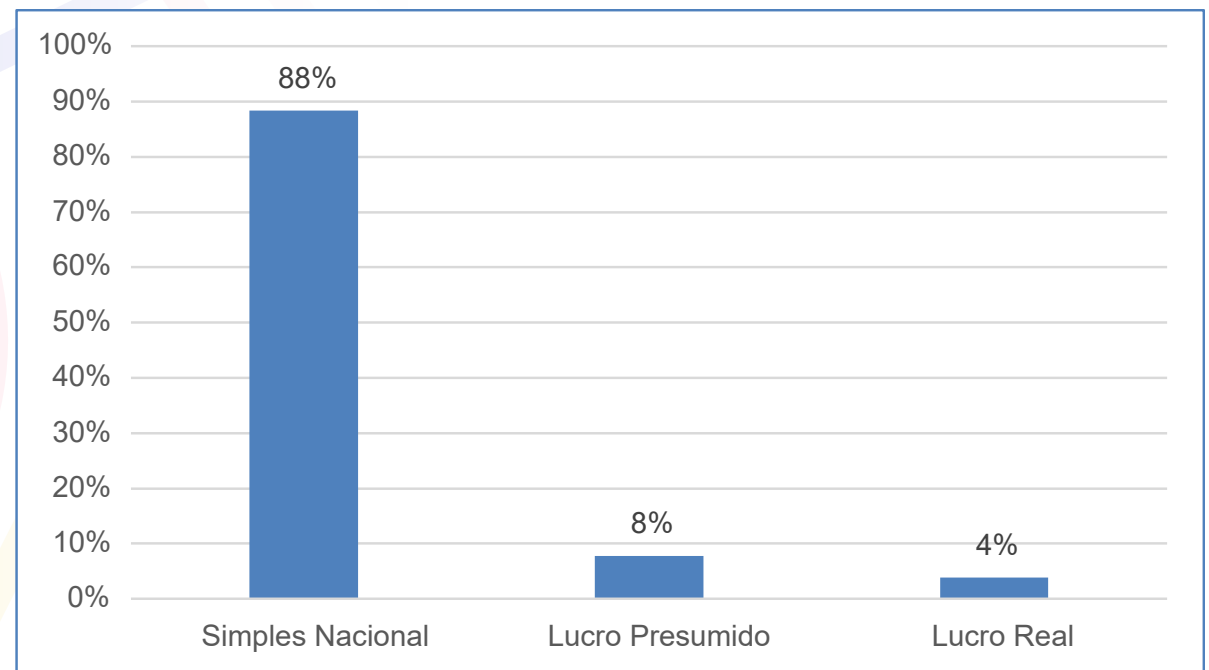


Figura 2 - Enquadramento fiscal das lojas de bicicletas

3.2 ATIVIDADE ECONÔMICA DECLARADA

Quanto à atividade econômica, predomina a CNAE 47.63-6-03 (Comércio varejista de bicicletas e triciclos, peças e acessórios) aglutinando 80% dos estabelecimentos, seguida de outras (com 11%) e reparação de bicicletas e triciclos (com 9%).

Ou seja, a cada 10 lojas de bicicletas, 8 estão na CNAE de comércio varejista, 1 está como reparação e 1 está em outra CNAE diversa. Se considerarmos os números da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) nós temos, no Brasil, 8.334 estabelecimentos na CNAE de comércio varejista de bicicletas e 726 estabelecimentos na CNAE de reparação. Se acrescentarmos os 11% correspondentes a outras CNAE's variadas, então temos, ao todo, 10.056 lojas de bicicletas no Brasil.

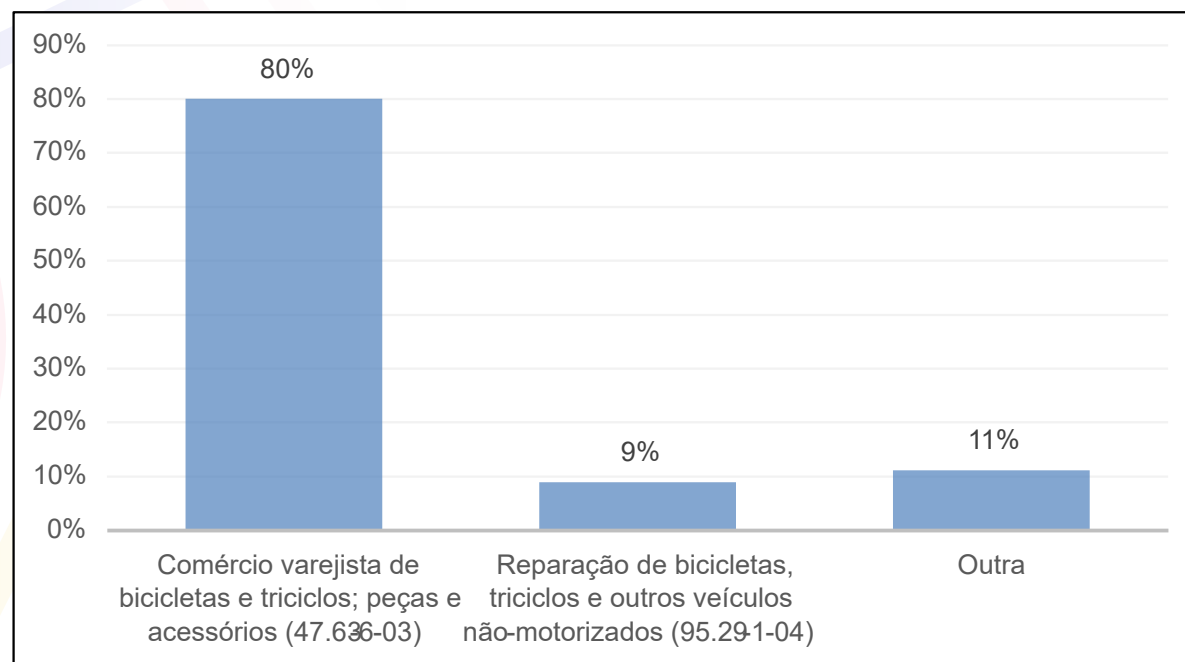


Figura 3 - Atividade econômica principal (CNAE) das lojas de bicicletas

3.3 FUNCIONÁRIOS

As lojas de bicicletas respondentes têm, em média, quatro funcionários, sendo que a maioria (78,5%) são empregos formais com carteira assinada.

Quantidade média de funcionários, por loja:	4
Índice (em %) médio de funcionários com carteira assinada (CLT)	78,5%

Desde 2018, quando a Aliança Bike iniciou o monitoramento com as lojas de bicicletas, o índice de funcionários empregados com carteira assinada vem encolhendo, sendo que a maior queda se deu entre 2018 e 2019 e, desde então, estagnou em um patamar de 78,5% de empregados com CLT.

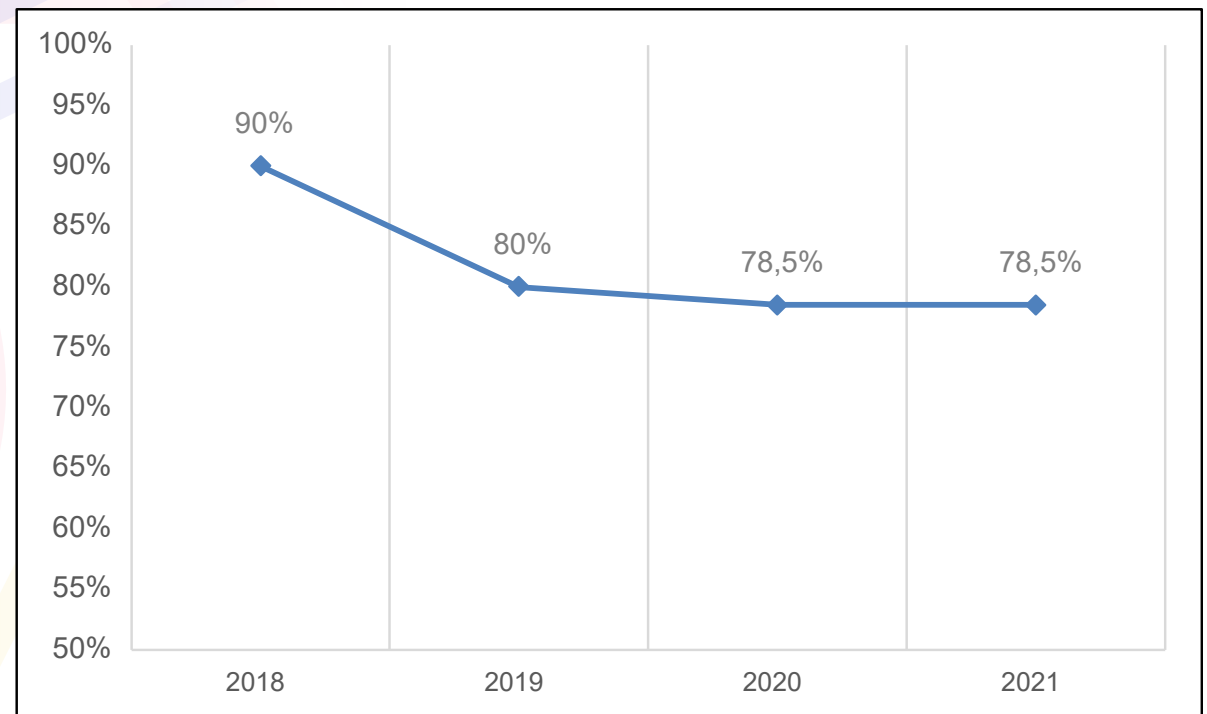


Figura 4 - Índice de funcionários com carteira assinada (CLT) nas lojas de bicicletas, 2018-2021

3.4 QUANTIDADE MÉDIA DE BICICLETAS COMERCIALIZADAS

Quase 85% das lojas de bicicletas venderam, em 2020, até 500 bicicletas por ano - sendo que a maior parcela (44%) comercializou entre 101 e 500 unidades por ano. As lojas que comercializam acima de 1 mil unidades representam somente 7%.

Já no primeiro semestre de 2021 (janeiro a junho), as vendas de bicicletas cresceram 34,17% em comparação com o mesmo período de 2020. De acordo com os lojistas, o pico das vendas ocorreu no primeiro trimestre do ano, em que o aumento registrado foi de 52% em relação a 2020 (mais informações, [clique aqui](#)).

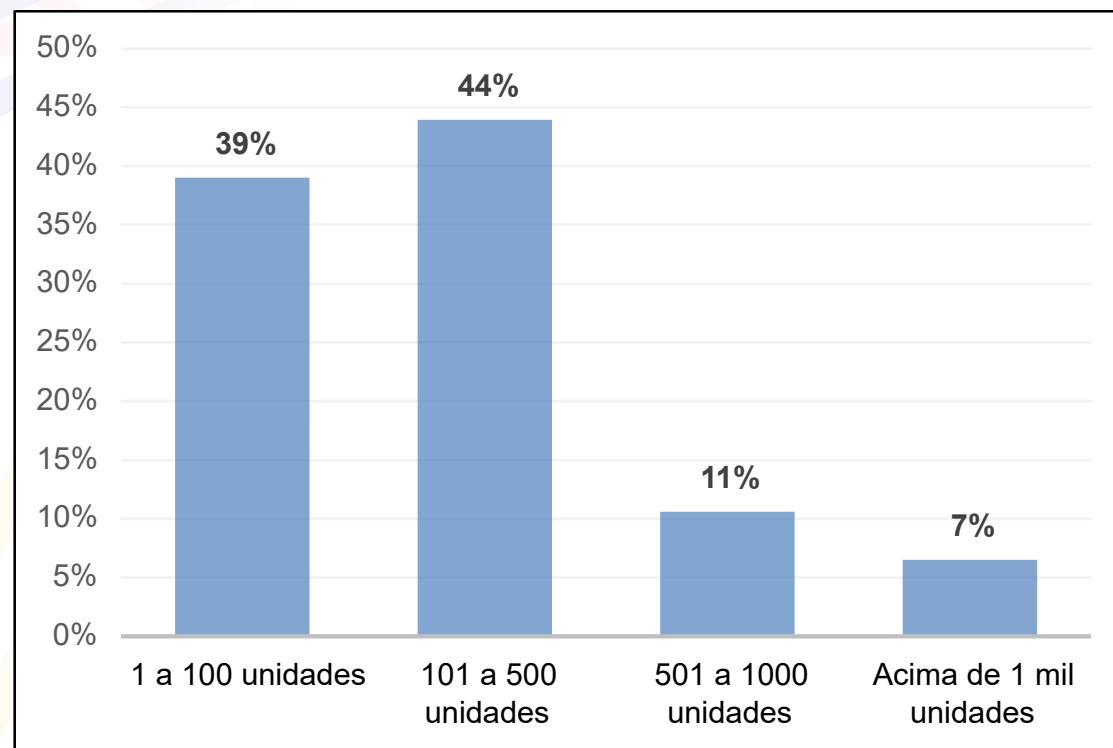


Figura 5 - Quantidade média anual de bicicletas comercializadas por loja (ano base: 2020)

3.5 LONGEVIDADE DAS LOJAS DE BICICLETAS

Apesar de 30% das lojas serem jovens (até 5 anos), a maturidade do comércio varejista é bastante evidente, com praticamente metade das lojas tendo mais de 10 anos de vida. Mesmo com lojas longevas e resilientes, há espaço neste mercado para novos empreendedores.

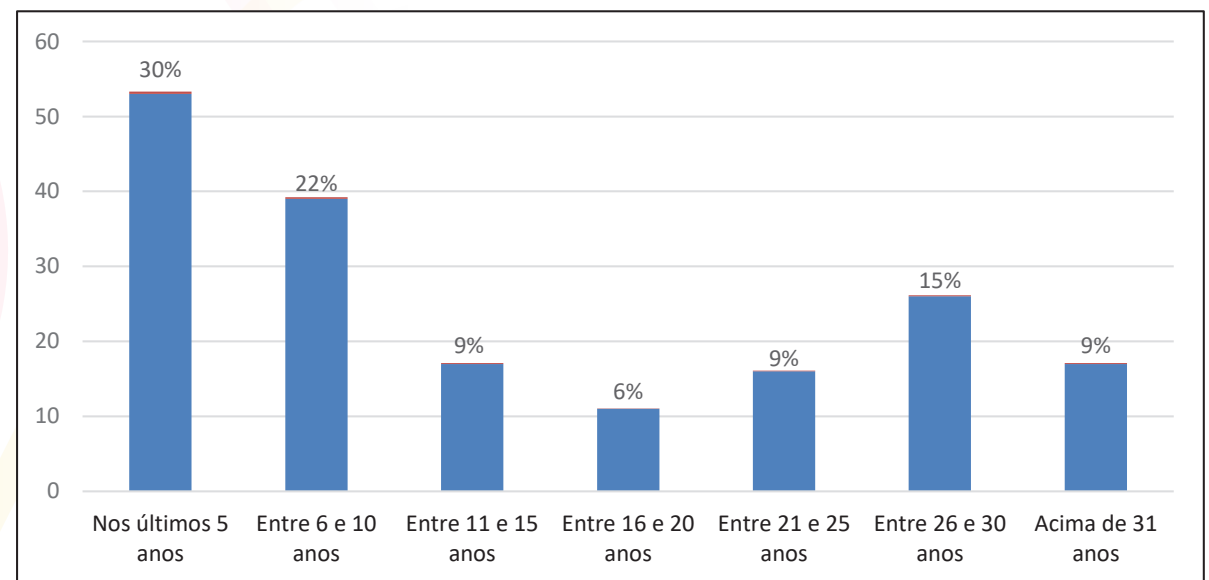


Figura 6 - Tempo de abertura da loja

3.6 VENDAS E FATURAMENTO

O porte mediano das lojas, considerando o faturamento, está entre 501 e 1 milhão de reais - característica reforçada pela prevalência de lojas enquadradas no Simples Nacional. Lojas com faturamento anual superior a 4,1 milhões de reais somam 7%. Quase 1/4 das lojas no Brasil são microempreendimentos com faturamento de até 100 mil reais por ano.

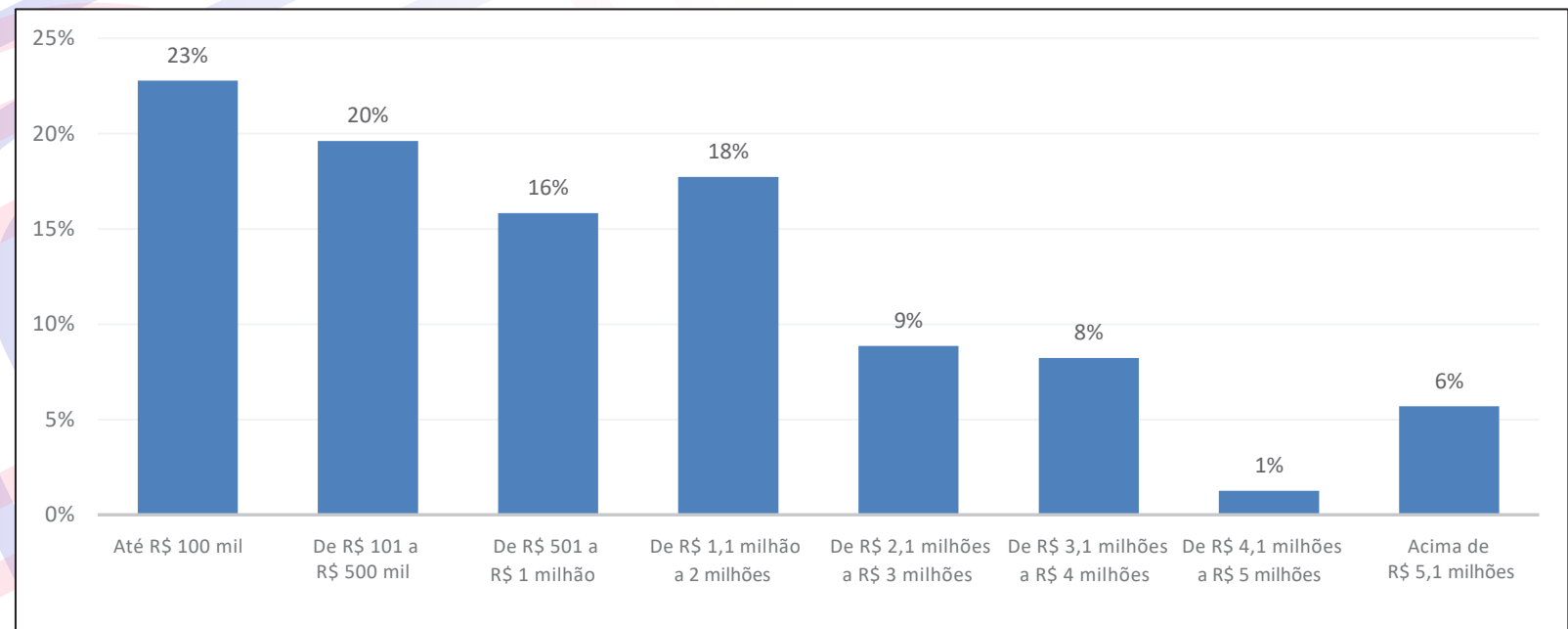


Figura 7 - Faturamento anual das lojas respondentes (ano base: 2020)

Quando se cruza o faturamento pelo tempo de funcionamento das lojas, observa-se que há uma curva bastante acentuada de crescimento no faturamento com o passar dos anos. Lojas com faturamento de até 100 mil reais por ano têm idade média de funcionamento de quase 8 anos, enquanto as lojas com faturamento acima de 5,1 milhões têm idade média de funcionamento acima de 22 anos.

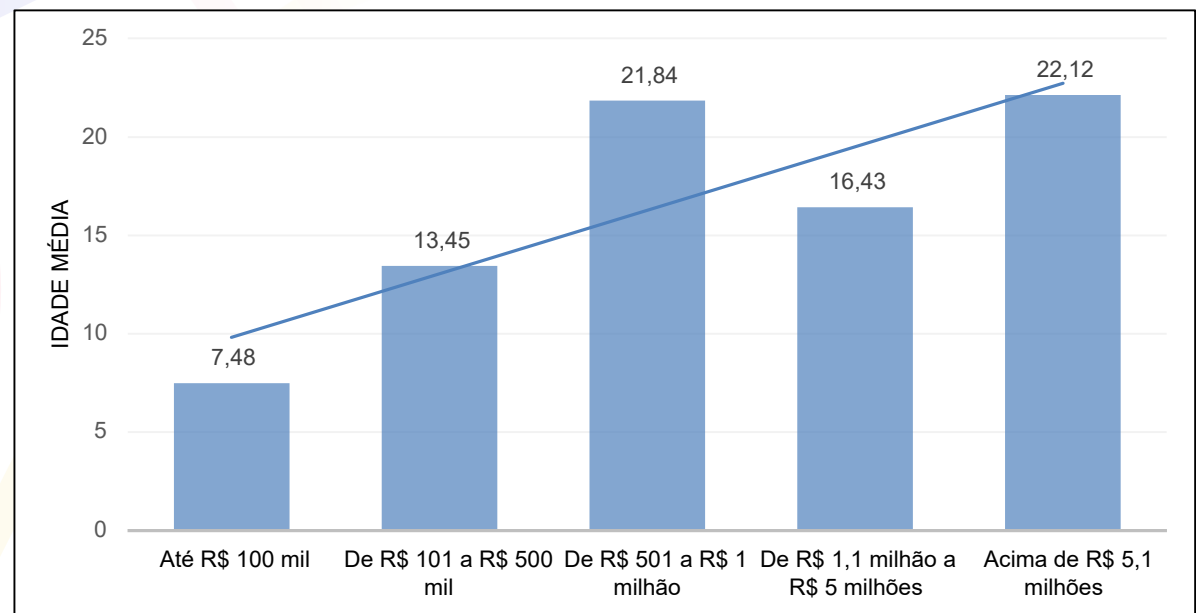


Figura 8 - Faturamento x Longevidade

Com relação às atividades que compõem o faturamento das lojas, ainda a venda de bicicletas inteiras representa a maior fatia: 42,5% do faturamento das lojas de bicicleta. Se compararmos com a pesquisa de 2020, houve uma retração de 11% no período.

Já o serviço de mecânica e revisão de bicicletas vem crescendo aceleradamente sua participação no faturamento das lojas, representando, em 2021, 27,8% do faturamento (aumento de 30% em relação ao ano anterior).

Bike Fit:

O serviço de bike fit já está presente em 14% das lojas de bicicletas e bike shops. Entre os estabelecimentos que já ofertam o bike fit, este serviço representa, em média, 10% do faturamento destas lojas.



Atividade	Percentual médio de contribuição para o faturamento anual		Variação (2020-2021)
	2020	2021	
Venda de bicicletas inteiras	47,80%	42,50%	-11%
Venda de componentes	24,74%	25,58%	+3,4%
Venda de acessórios	23,06%	23,45%	+1,7%
Serviço de mecânica	21,38%	27,79%	+30%

3.7 MODELOS DE BICICLETAS COMERCIALIZADOS

Quando se analisa os modelos de bicicletas ofertados nas lojas de bicicletas, as bicicletas mountain bike continuam liderando, sendo comercializadas por quase a totalidade (98%) das lojas. As bicicletas elétricas já estão presentes em metade (50%) das lojas e as bicicletas modelo gravel, que nas pesquisas dos anos anteriores não foram incluídas, já estão presentes em 35% das lojas. Trata-se de uma tendência muito clara. Outro indicador interessante que merece destaque é o índice de lojas que já trabalham com bicicletas infantis do tipo “balance bike” (bicicleta de equilíbrio): 38%.

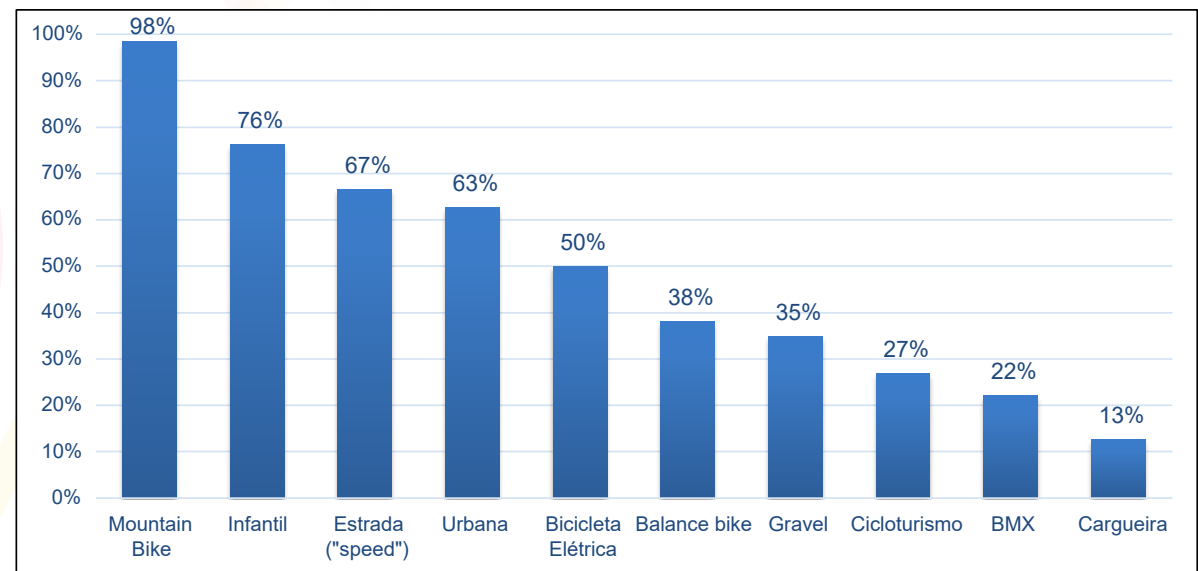


Figura 9 - Modelos de bicicletas comercializados nas lojas (2021)

O gráfico abaixo indica o rápido crescimento da presença das bikes elétricas nas lojas de bicicletas. Em 3 anos (2018-2021), o crescimento de lojas que passaram a vender bicicletas elétricas foi de 150%.

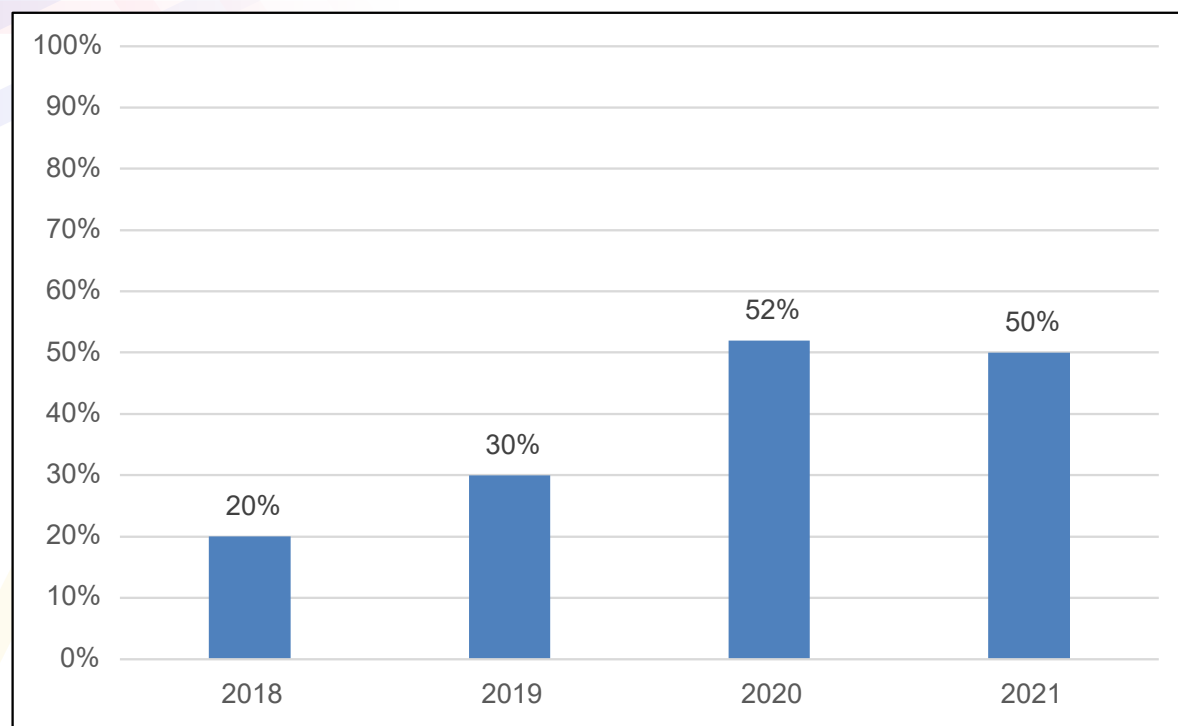


Figura 10 - Quantidade de lojas que já comercializam bicicletas elétricas

As bicicletas modelo mountain bike são as que têm maior participação em volume de vendas, destoando de todos os demais modelos. As bicicletas urbanas, infantis e de estrada têm comportamento similar, concentrando-se entre 0 e 20% de participação nas vendas. As elétricas, por sua vez, estão concentradas na faixa abaixo de 10%, pois o volume de vendas ainda é proporcionalmente muito baixo em todo o país.

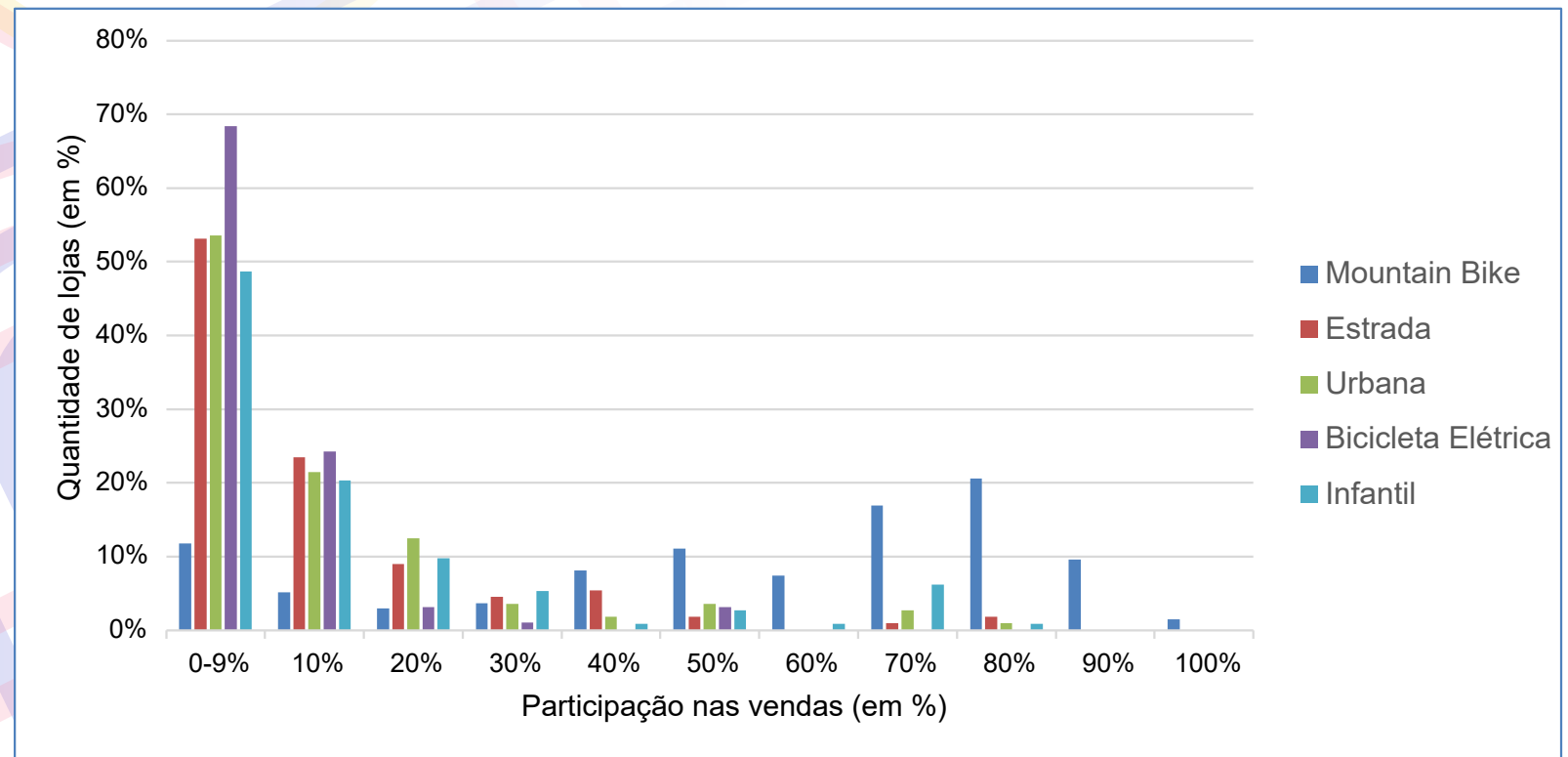


Figura 11 - Participação dos principais modelos de bicicletas nas vendas (em %)

No gráfico abaixo, destacamos a participação (nas vendas) das bicicletas elétricas e das mountain bike, para efeito de comparação. Ao passo que as bikes elétricas participam quase na totalidade com percentuais entre 0 e 9% das vendas, as mountain bikes têm comportamento inverso: elas superam 50% das vendas na maior parcela das lojas de bicicletas.

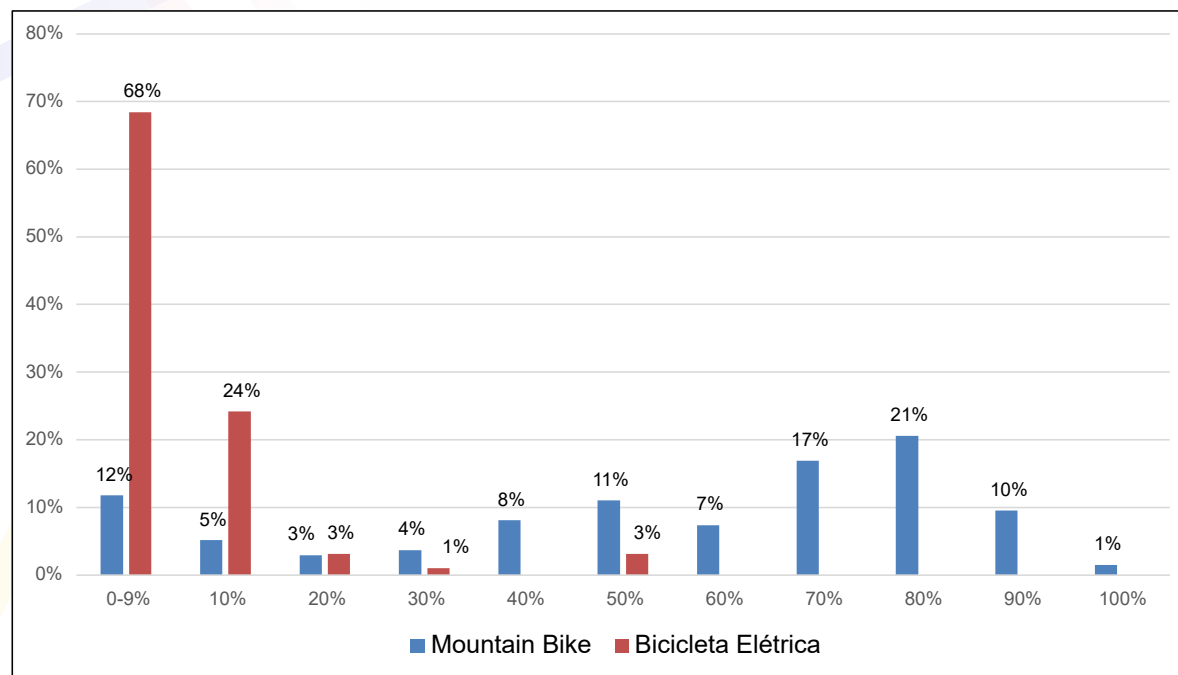


Figura 12 - Participação nas vendas (em %) das bicicletas elétricas e mountain bikes nas lojas

3.8 FAIXA DE PREÇO MÉDIO DAS BICICLETAS NAS LOJAS

As bicicletas com valores até 3 mil reais, comumente chamadas de bicicletas “de entrada”, representam a maior fatia das bicicletas comercializadas nas lojas: 61%. As bicicletas na faixa intermediária - entre 3 e 10 mil reais - somam 33%. Já as bicicletas mais especializadas, a partir de 10 mil reais, representam 5%.

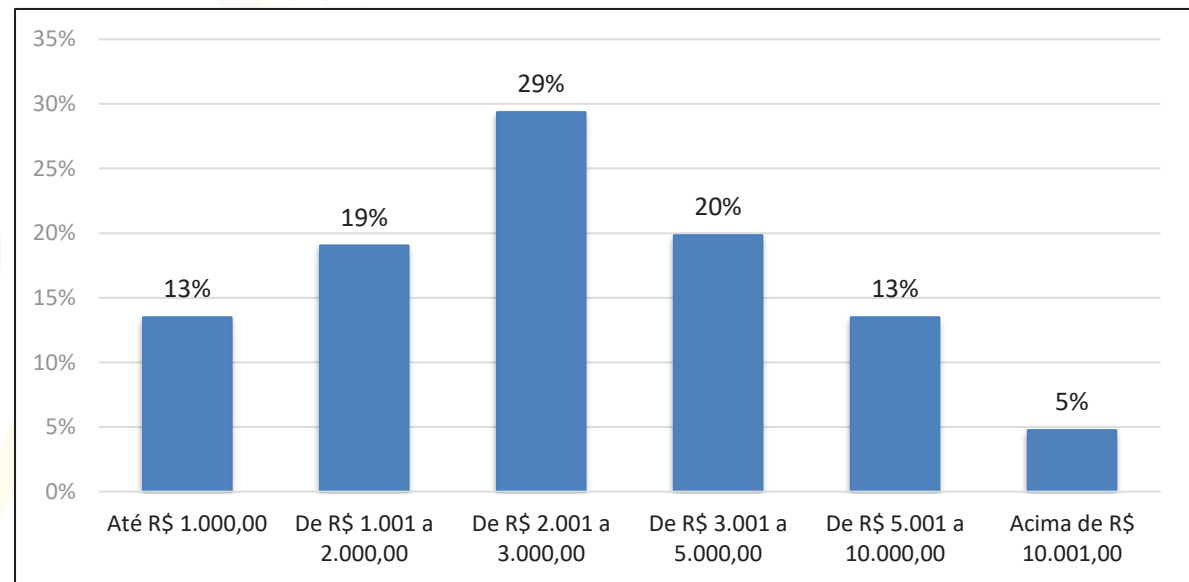


Figura 13 - Faixa de preço média das bicicletas comercializadas nas lojas

3.9 E-COMMERCE

O comércio eletrônico cresceu onze pontos percentuais durante a pandemia, sendo praticado já por mais da metade das lojas de bicicletas. Desde 2019 o índice não superava a casa dos 40%.

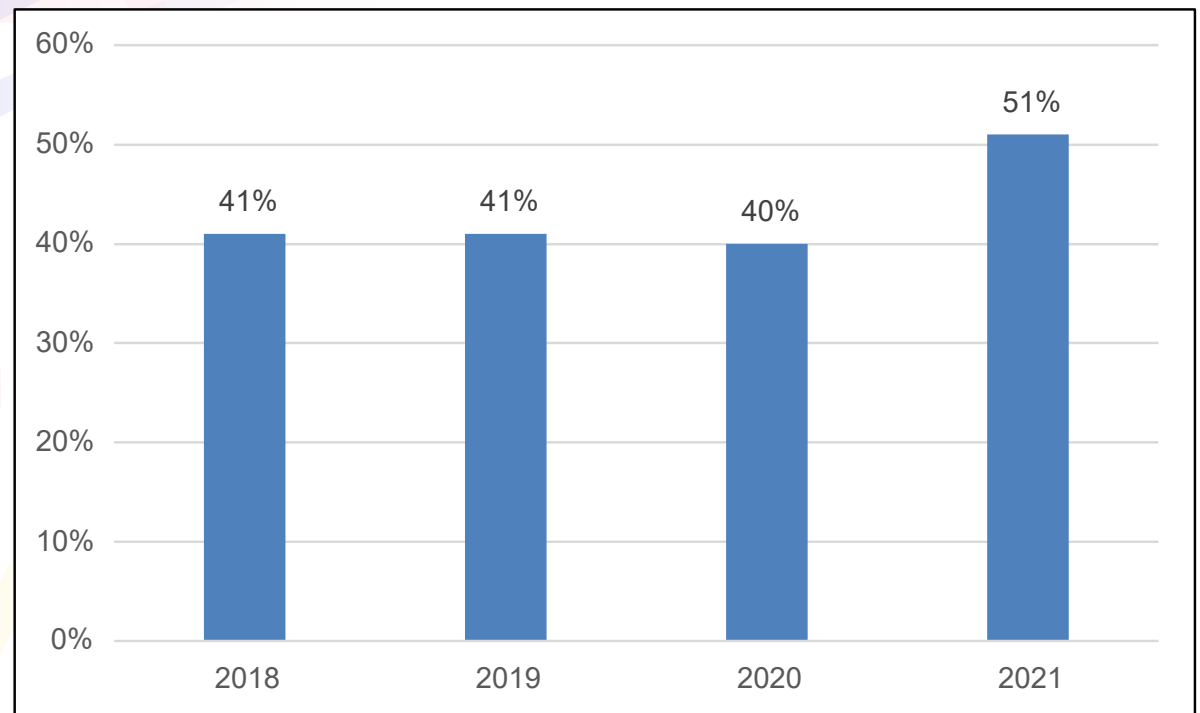


Figura 14 - Lojas que já comercializam via e-commerce

Dentre as modalidades de comércio eletrônico, 38,2% das lojas se utilizam apenas das plataformas de marketplace, enquanto 30,9% utilizam apenas website próprio para as vendas online. Outros 30,9% combinam tanto site próprio quanto anúncios e vendas através de marketplace.

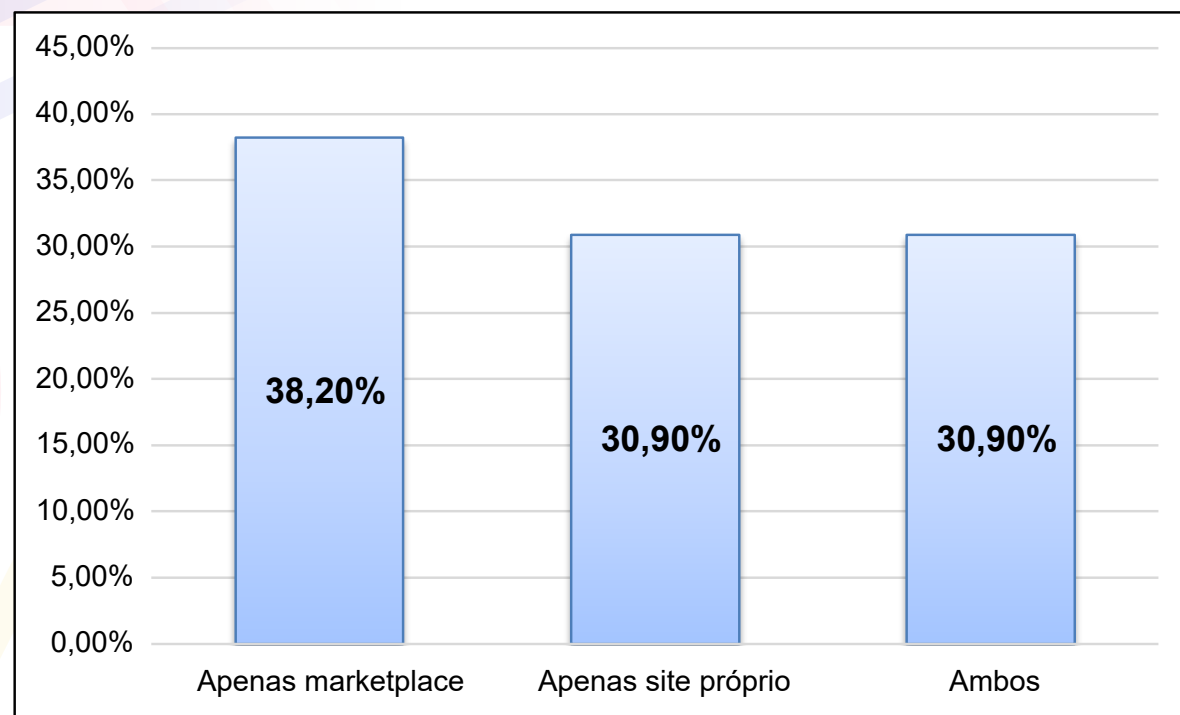


Figura 15 - Forma de venda online das lojas de bicicletas

Com relação às plataformas de marketplace mais utilizadas, o Mercado livre ainda lidera, sendo utilizado por mais de 71% das lojas que comercializam através desta modalidade de comércio online. OLX e Magazine Luiza também se destacam, porém com participação bem inferior ao Mercado Livre.

A plataforma Semexe, um marketplace especializado no setor de bicicletas, apareceu pela primeira vez em nossa pesquisa e já foi indicada por mais de 10% das lojas de bicicletas.

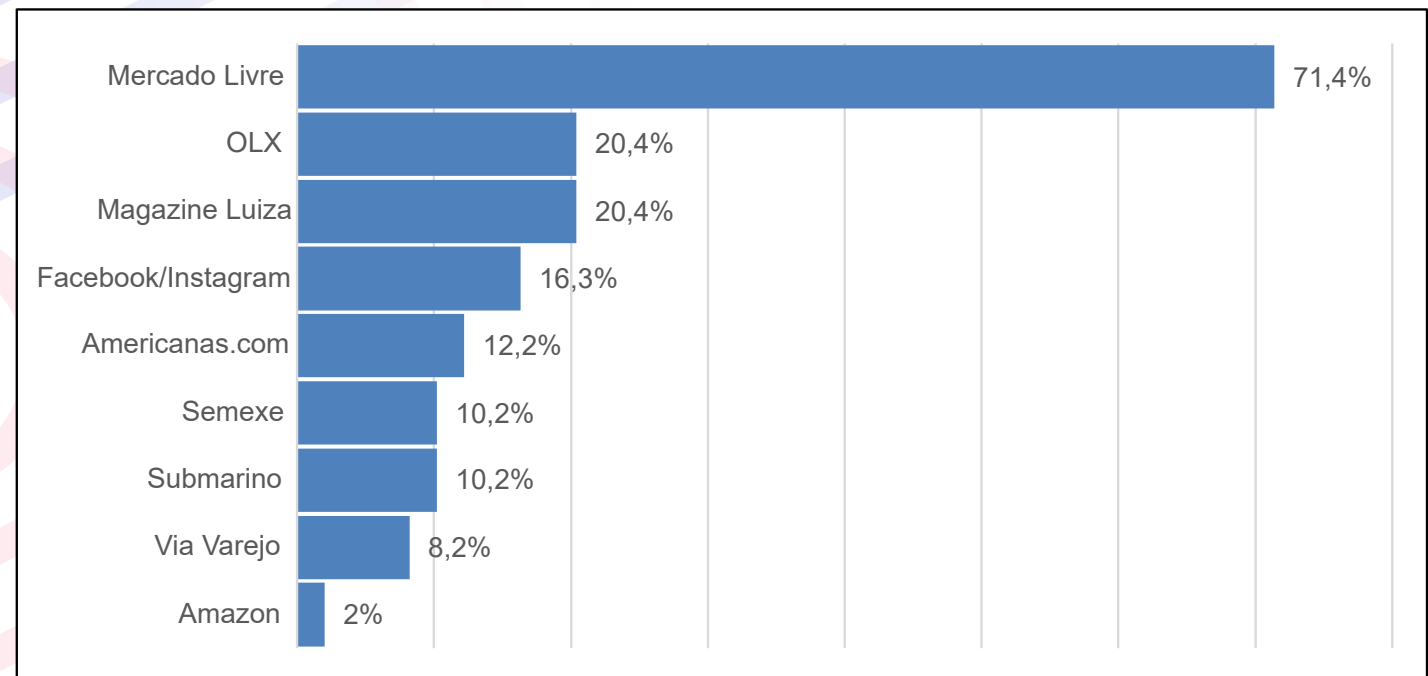


Figura 16 - Plataformas de marketplace mais utilizadas

3.10 GRUPOS DE PEDAL

As lojas de bicicletas continuam apostando nos grupos de pedal/ grupos de ciclismo como atividade e serviço relacionados aos seus clientes e frequentadores. O índice permanece o mesmo desde 2018, com praticamente 80% das lojas organizando e/ ou apoiando diretamente os grupos de pedal e apenas 20% não tendo nenhuma ação junto a estes grupos.

Dentre as formas de apoio, 52% responderam que apoiam com divulgação do(s) grupo(s) de pedal e 35,3% responderam que apoiam

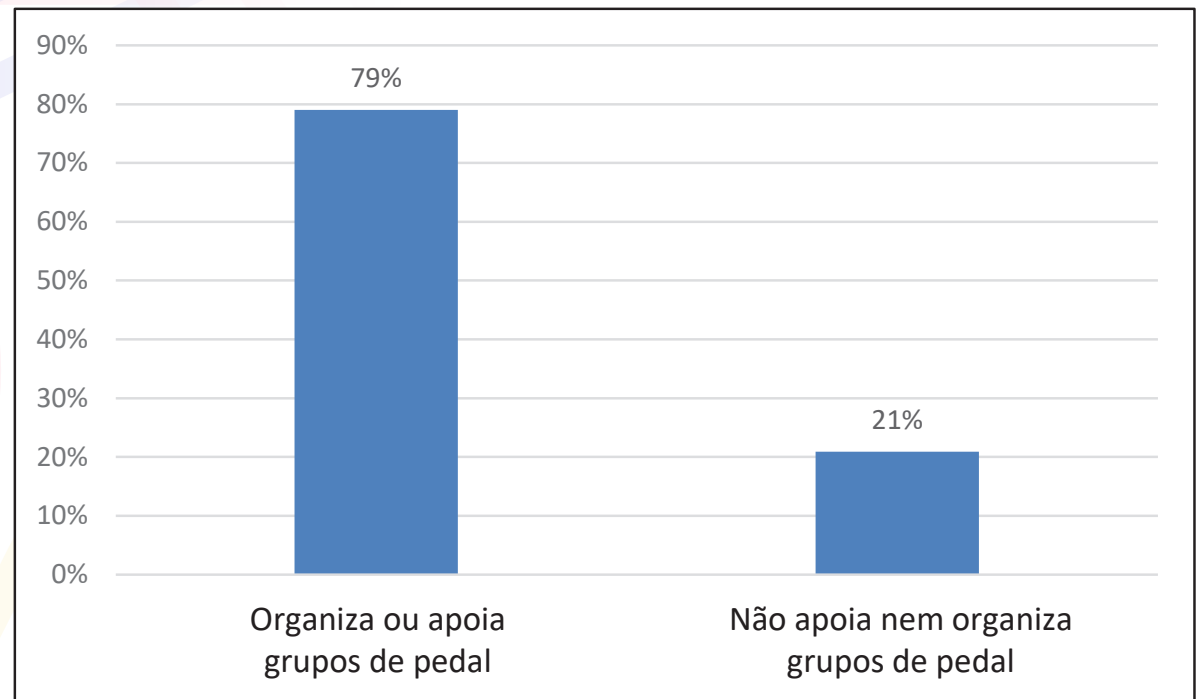


Figura 17 - Grupos de Pedal nas lojas de bicicletas

3.11 PERCEPÇÃO E OPINIÃO

Quanto à percepção e o otimismo dos lojistas respondentes, verifica-se que 3/4 têm perspectiva positiva sobre o ano de 2021, com 63% indicando que as vendas e o faturamento deverão crescer em 2021 em relação ao ano passado. Vale ressaltar que a pesquisa foi aplicada entre julho e agosto de 2021. Apenas 16% dos respondentes indicaram a perspectiva de vender ou faturar menos em 2021 do que em 2020.

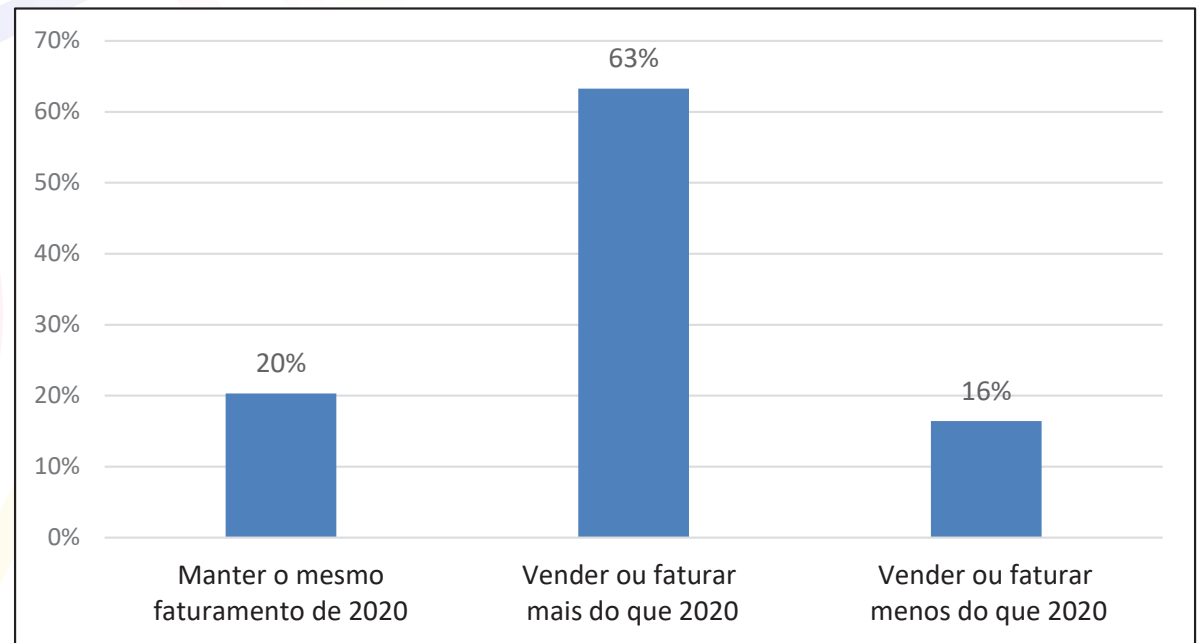


Figura 18 - Expectativa de faturamento para 2021

Perguntados sobre as medidas que fariam com que mais pessoas utilizassem a bicicleta, a redução da carga tributária, mais uma vez, foi a resposta com o maior número de indicações de prioridade: 66% dos respondentes indicaram que reduzir os impostos seria prioridade nº1.

Já o aumento da oferta de ciclovias, ciclofaixas e bicicletários foi indicado como prioridade nº 2 por 41% dos lojistas. Entre todos que indicaram a redução da carga tributária como prioridade nº 1, 54,1% indicaram o aumento da oferta de infraestrutura cicloviária como prioridade nº 2, apontando para estas duas respostas como sendo as principais prioridades elencadas pelos lojistas.

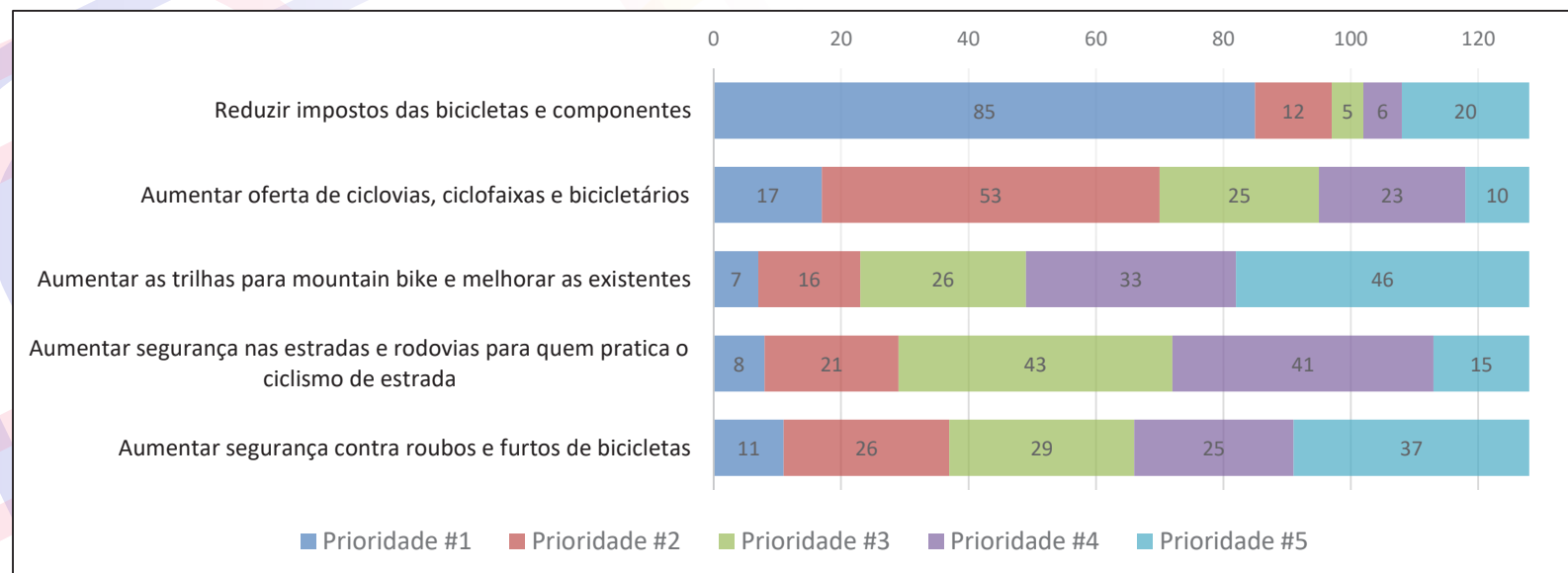


Figura 19 - Opinião: o que faria com que mais pessoas utilizassem bicicleta

REALIZAÇÃO



APOIO



/AliancaBikeOficial



@aliancabike



/aliancabike



@AliancaBike



(11) 97114 0140



www.aliancabike.org.br



contato@aliancabike.org.br