

**SEMINÁRIO  
ONLINE**



**INVESTIMENTOS  
EM MÍDIA PELO  
MERCADO DE  
BICICLETAS**

**24/03  
10H**

## **Sobre a Aliança Bike**

Criada em 2003 e formalizada em 2009, a Aliança Bike é uma associação que tem como missão fortalecer a economia da bicicleta e o seu uso por brasileiras e brasileiros, atuando em diversas frentes de trabalho para promover o uso de bicicletas como transporte, esporte e lazer. Hoje a Aliança conta com 180 empresas e organizações associadas.

## **Sobre o Grupo de Trabalho de Mídia (GT-Mídia)**

O grupo foi criado em julho de 2021 a partir de uma necessidade manifestada por associados de qualificar informações e dados sobre as mídias do segmento e também sobre as relações do mercado com essas mídias e com estratégias de marketing e comunicação.





# INSTITUCIONAL

## **Conselho Deliberativo da Aliança Bike**

Giancarlo Clini (Presidente)

Rodrigo Coelho (Vice-Presidente)

André Ribeiro (Vice-Presidente)

## **Conselho Fiscal**

Werner Wiedenbrug

Marcelo Catalan

Henrique Zompero

## **Membros permanentes do GT-Mídia**

Alvaro Pacheco (Gregario Cycling) - Coordenador

Andre Piva (Bike na Mídia)

Carlos Ghiraldelli (Seppia Comunicação)

Felipe Caprioli (Alvoteq)

Giuliana Pompeu (Aliança Bike/ Hub Conteúdo)

Giuliano Bertazzolo (Thule)

Raphael Caliendo (IGP Sports/Scott)



# EQUIPE EXECUTIVA

## **Coordenação Executiva**

Daniel Guth

## **Desenvolvimento**

Alvaro Pacheco, André Piva, Giuliana Pompeu, Giuliano Bertazzolo, Marina Lagareiro e Raphael Caliendo.

## **Entrevistadores**

Alvaro Pacheco, Daniel Guth e Giuliana Pompeu

## **Diagramação**

Michel Will

## **Agradecimentos:**

Maurício de Resende (Ophicina Bike Shop)  
Caiê Botelho (Proparts)

# INTRODUÇÃO



- 1) A pesquisa é uma investigação inédita e exploratória, criada com o intuito de qualificar os investimentos em comunicação e marketing e produzir algumas referências para a tomada de decisão pelas empresas.
- 2) A partir de um questionário online direcionado a mais de uma centena de empresas foi possível identificar objetivos, preferências e padrões nos investimentos em mídia.
- 3) Duas entrevistas aprofundadas foram realizadas com empresas representativas do setor de bicicletas (uma loja e uma importadora/distribuidora). Estas entrevistas nos auxiliam na compreensão sobre as estratégias adotadas por cada uma delas para a realização dos investimentos em marketing e comunicação.

# METODOLOGIA

## Pesquisa quali-quantitativa

- Período da coleta das respostas (survey online através da plataforma Survey Monkey): 03 a 30 de setembro de 2021
- Amostra: 110 empresas respondentes
- Data da entrevista quali 1: 29 de outubro de 2021
- Data da entrevista quali 2: 06 de janeiro de 2022



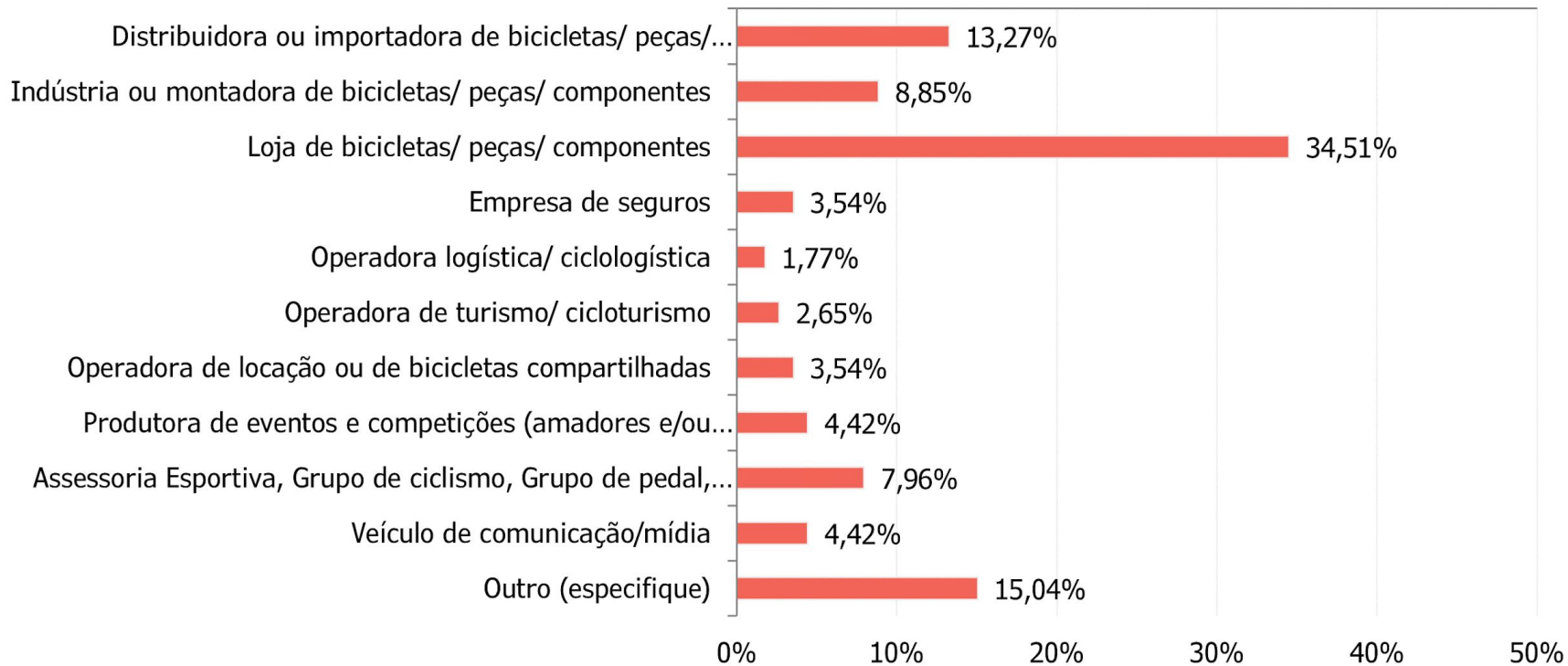
**Entrevistado 1**  
Caiê Botelho (Proparts)



**Entrevistado 2**  
Maurício de Resende  
(Ophicina Bike Shop)

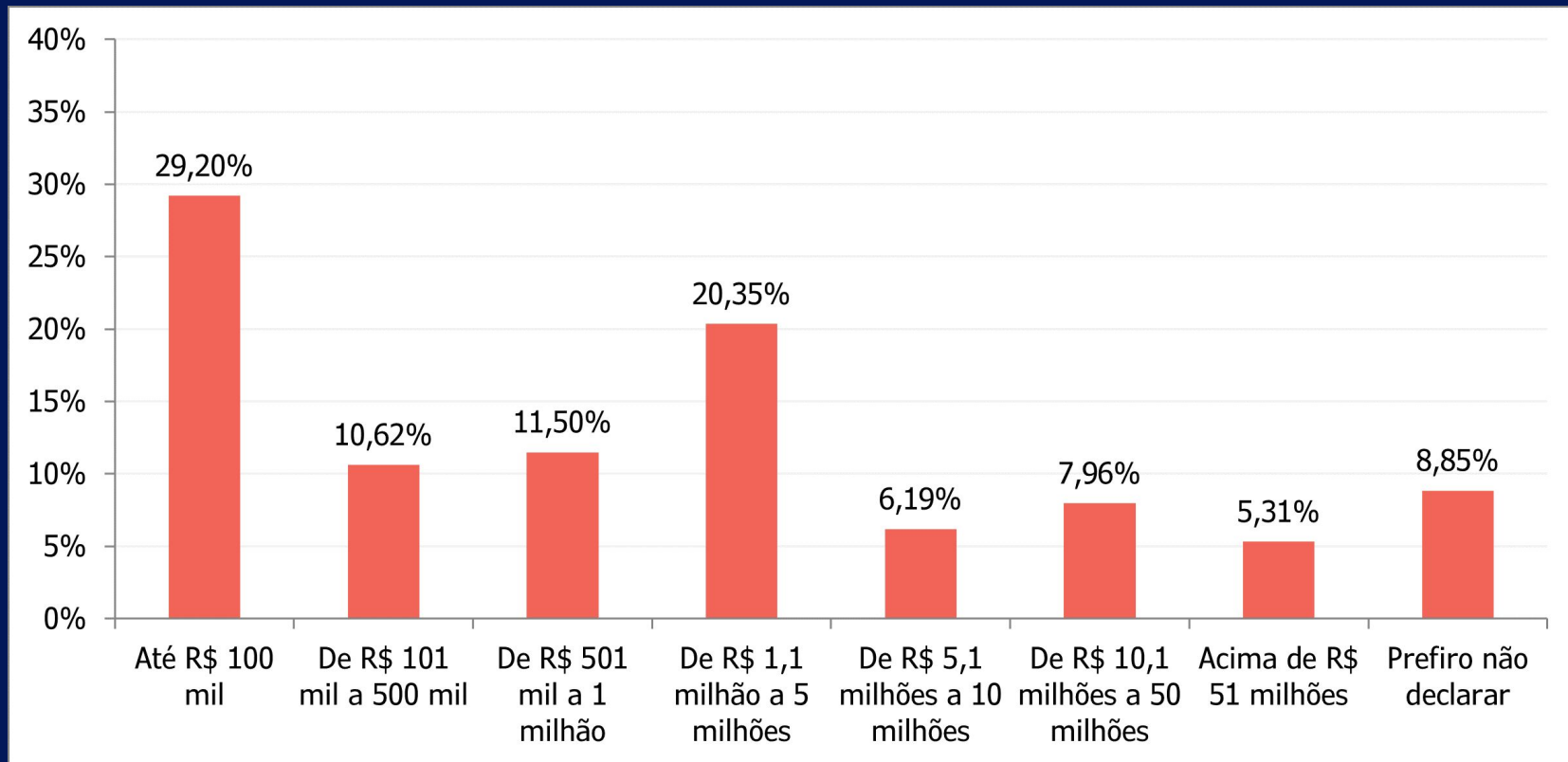


## Segmento de atuação principal das empresas respondentes





## Faixa de faturamento anual das empresas respondentes



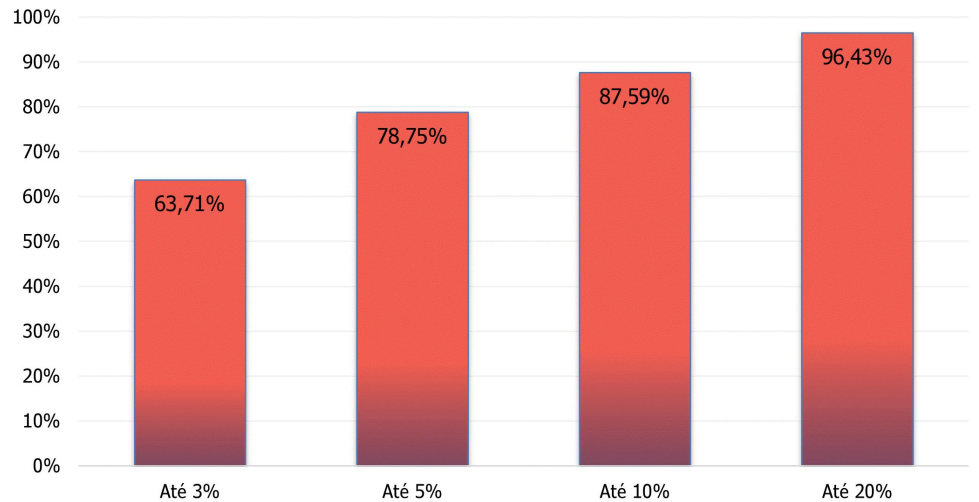
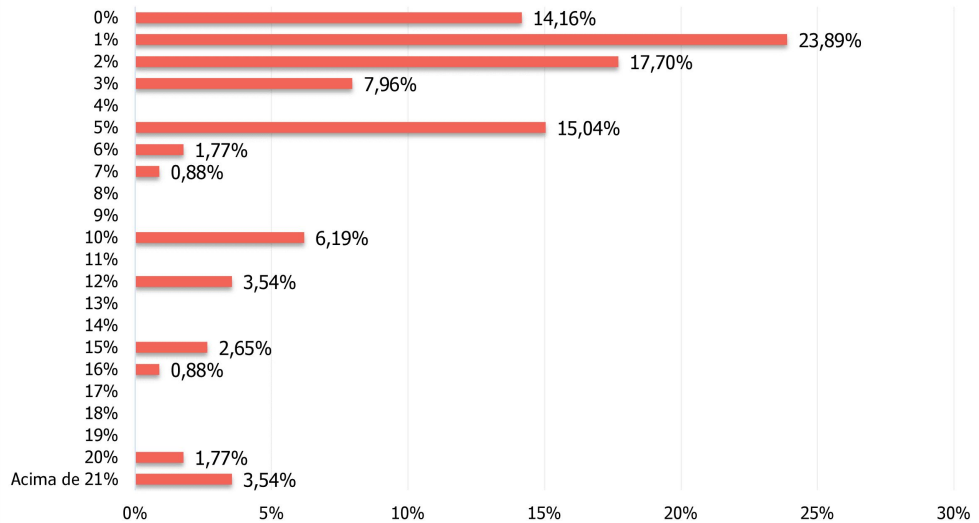


# PRINCIPAIS RESULTADOS



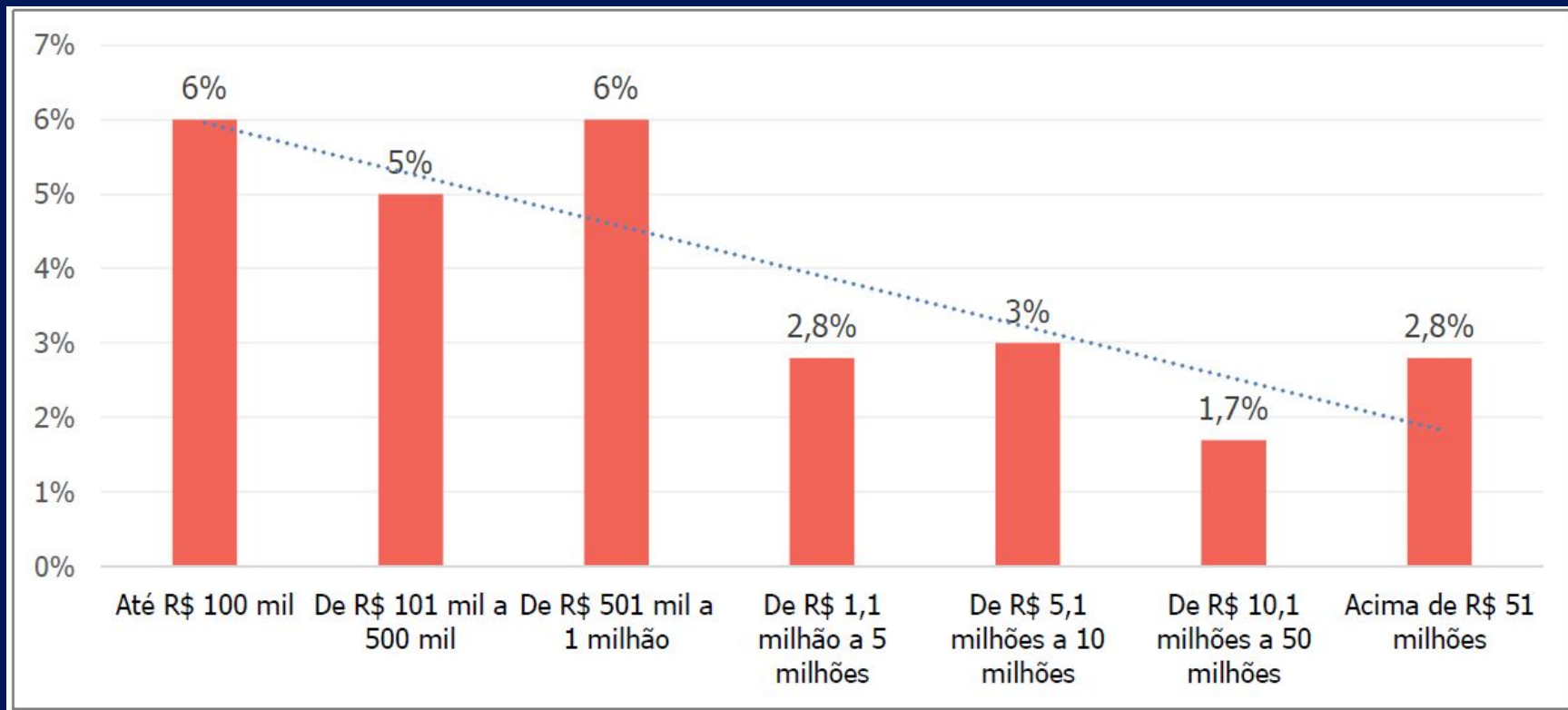


## Percentual do faturamento das empresas investido em marketing e comunicação

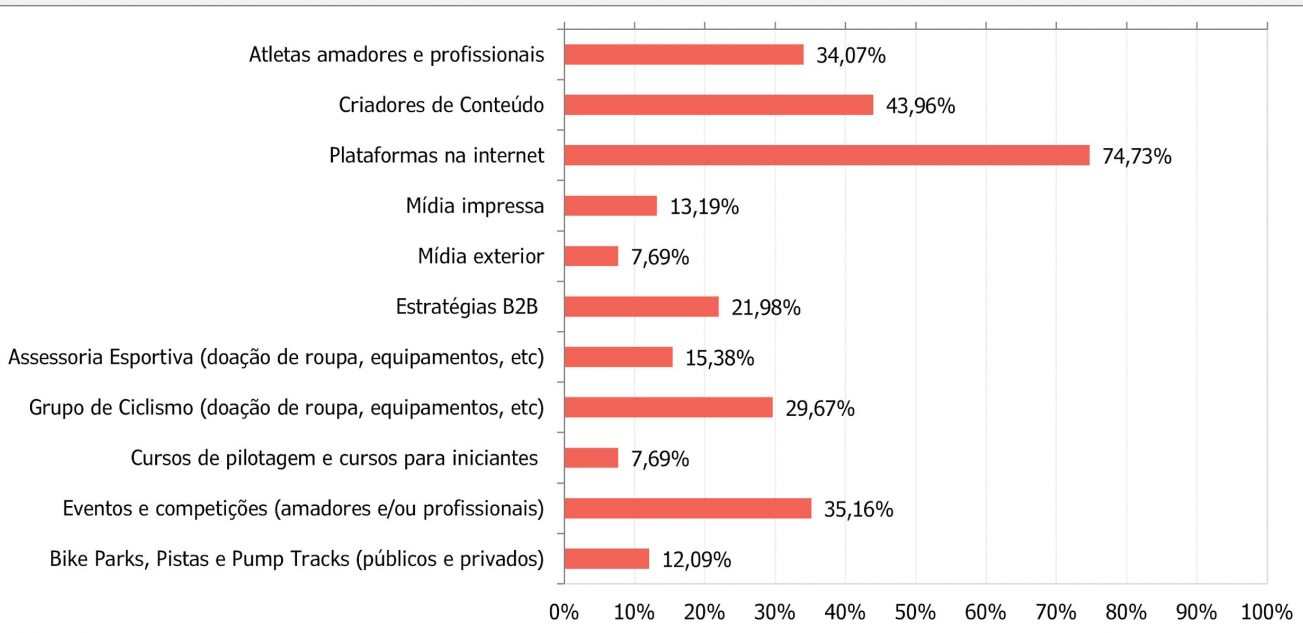




## Faturamento vs investimento médio (em %) em comunicação e marketing

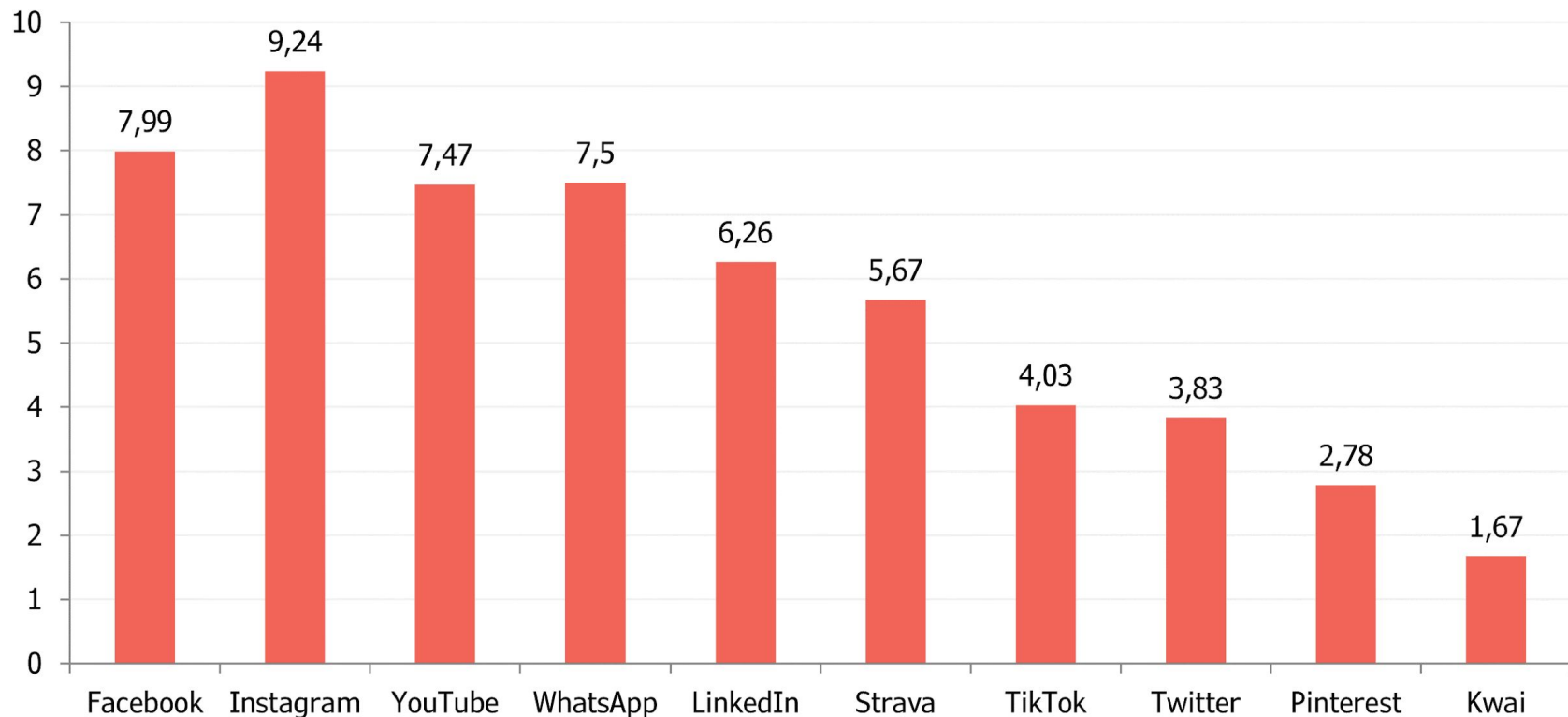


## Tipos de mídias utilizadas para divulgação das marcas e/ou dos produtos e serviços (múltiplas respostas)

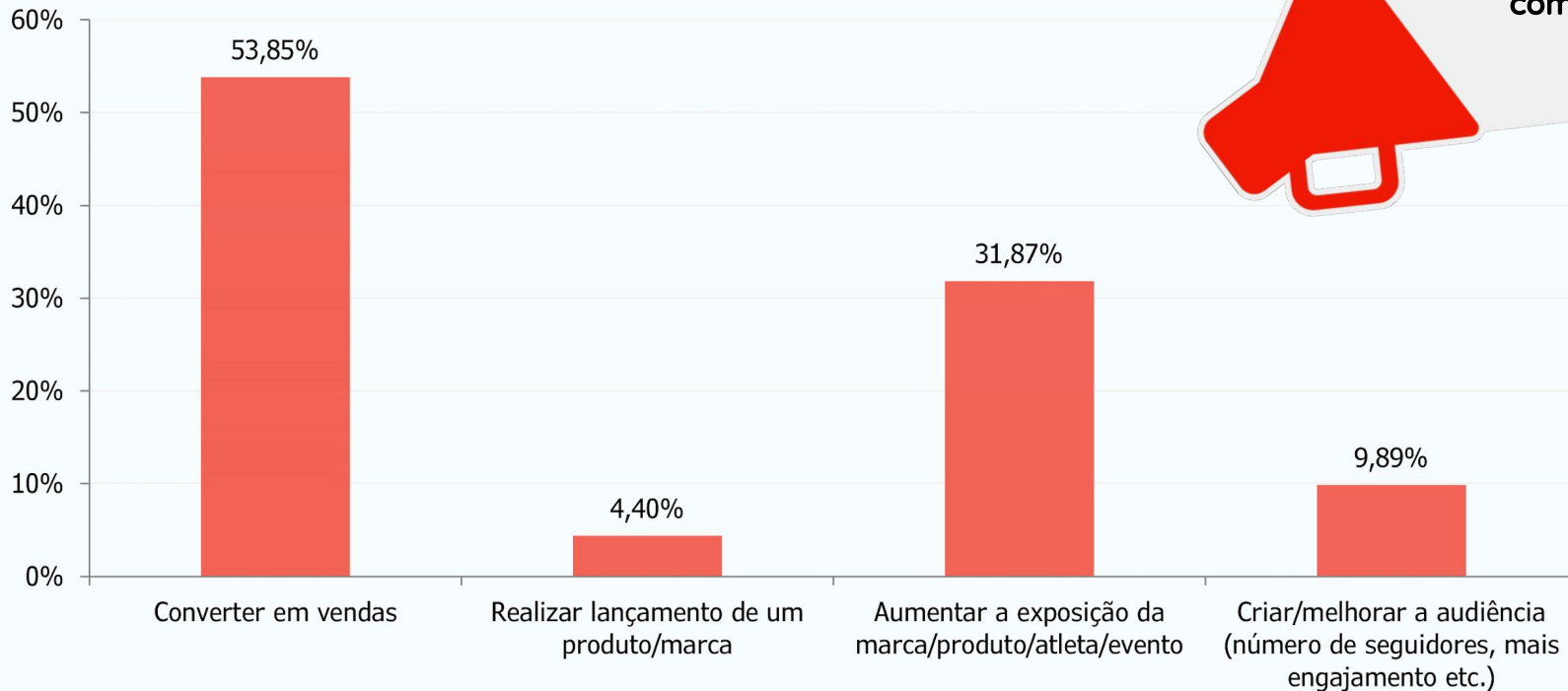




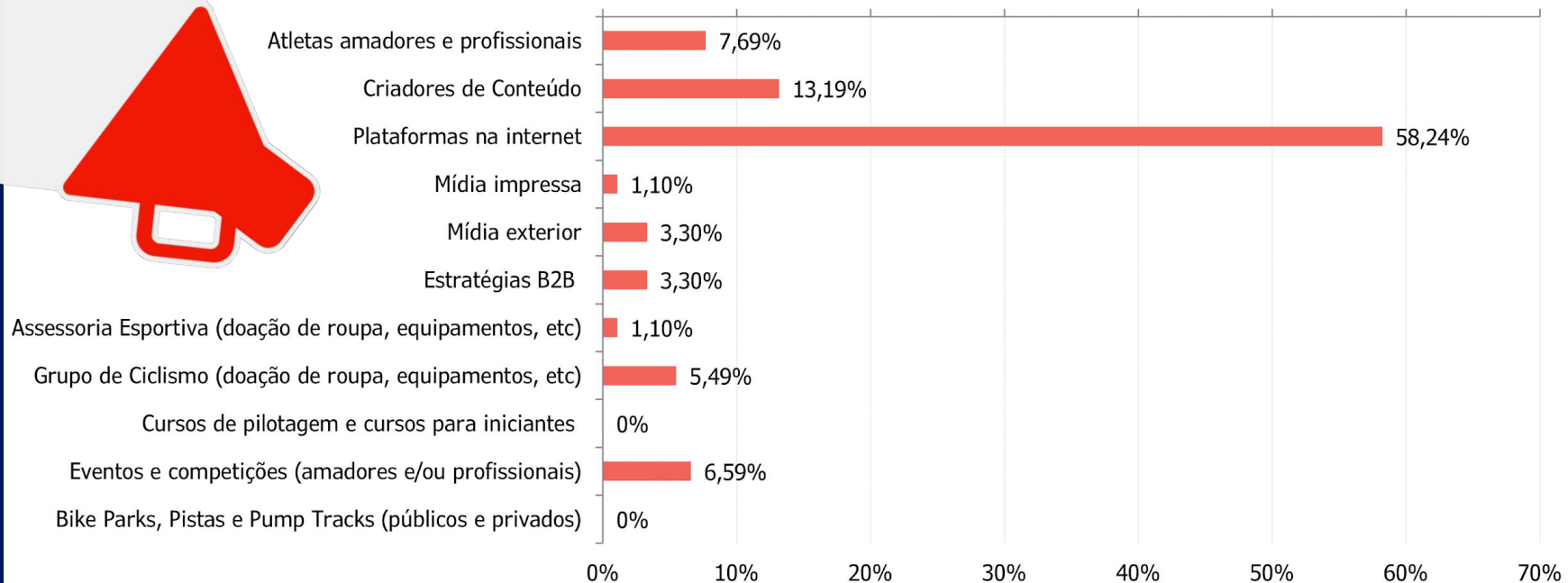
Preferência entre plataformas na internet para divulgação da marca ou dos produtos/serviços (média ponderada de 0 a 10)



**Objetivo principal das empresas com os investimentos em marketing e comunicação**



## Qual mídia/ação traz mais resultados considerando o objetivo principal dos investimentos em comunicação e marketing



# CRIADORES DE CONTEÚDO

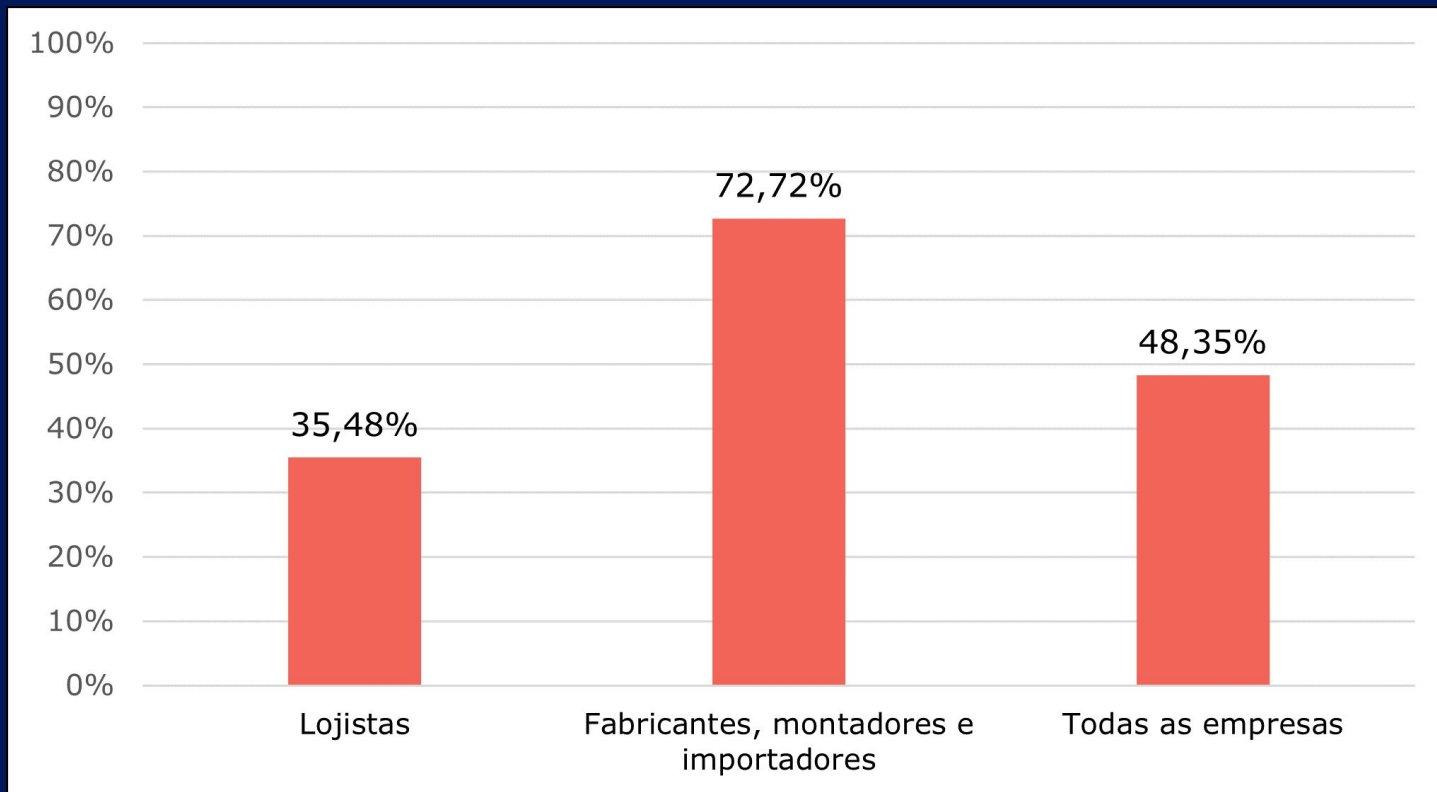


ON AIR

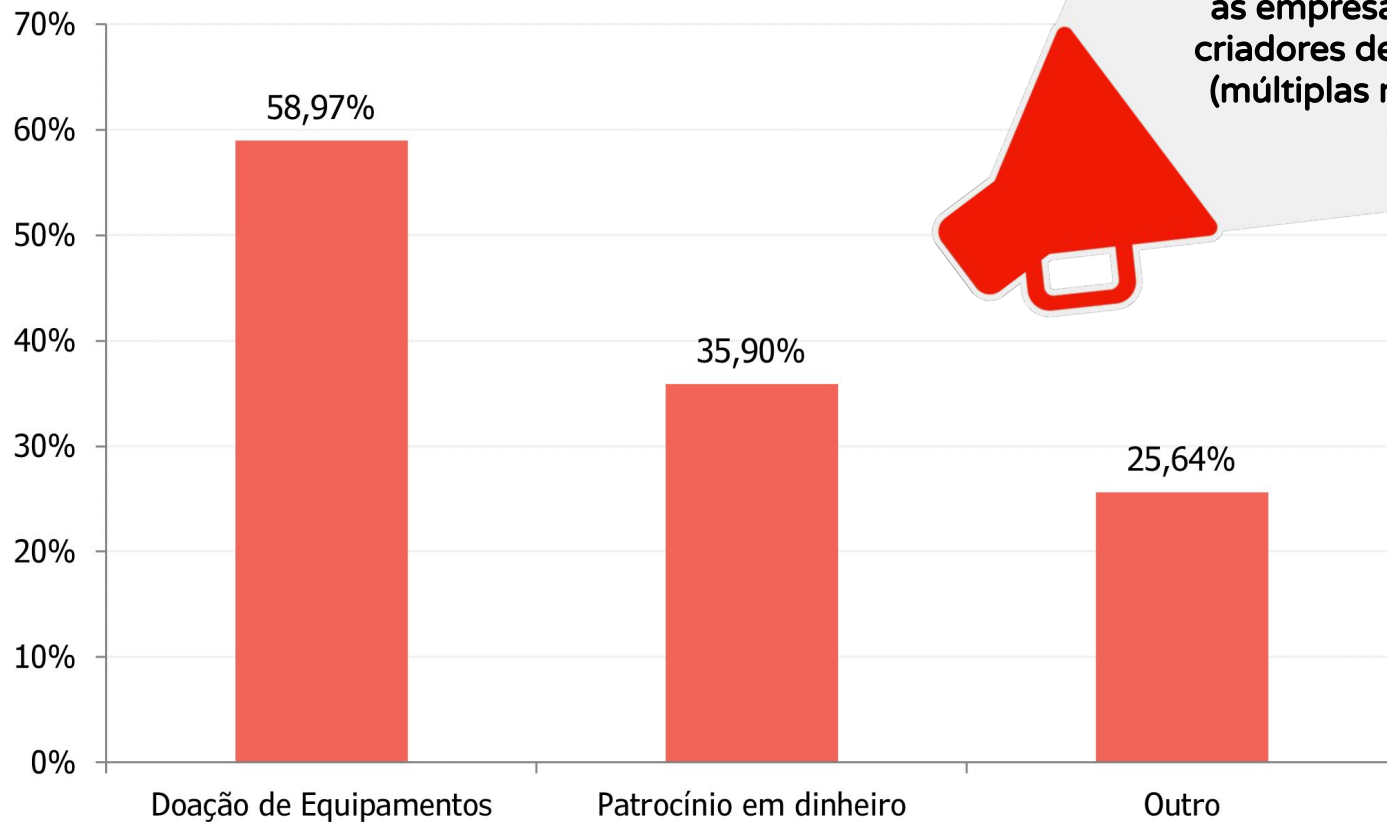




## Empresas que investem/patrocinam/apoiam criadores de conteúdo



De que forma  
as empresas apoiam  
criadores de conteúdo  
(múltiplas respostas)



## Criadores de conteúdo citados que trazem mais resultados para os negócios



Top 8 criadores de conteúdo mais citados pelas empresas:

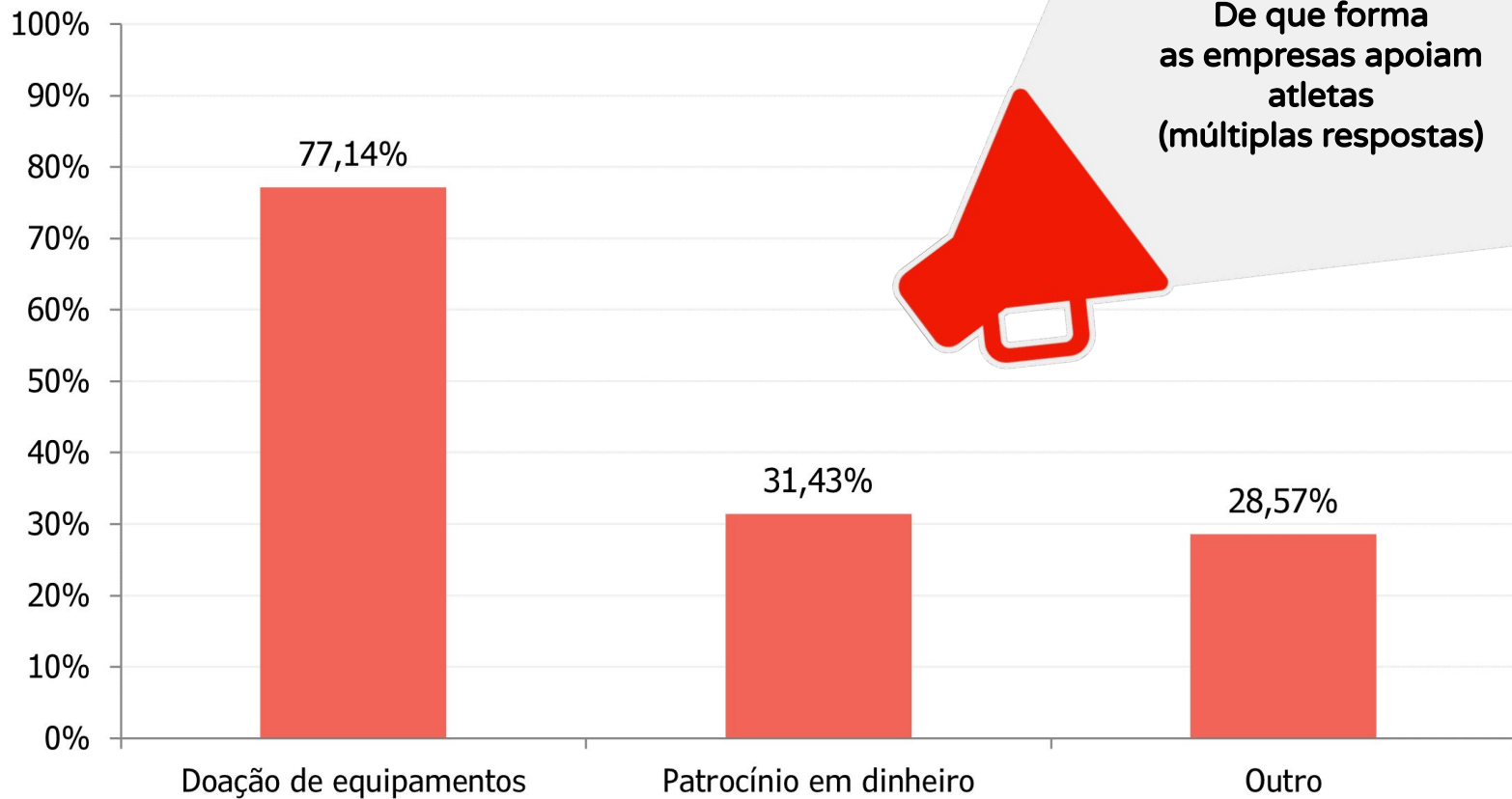
Pra Quem Pedala  
Canal de bike  
Pedaleria  
Brou Bruto Drews  
Pedal.com.br  
Segredos do MTB  
Bike é Legal  
Power Link Bike



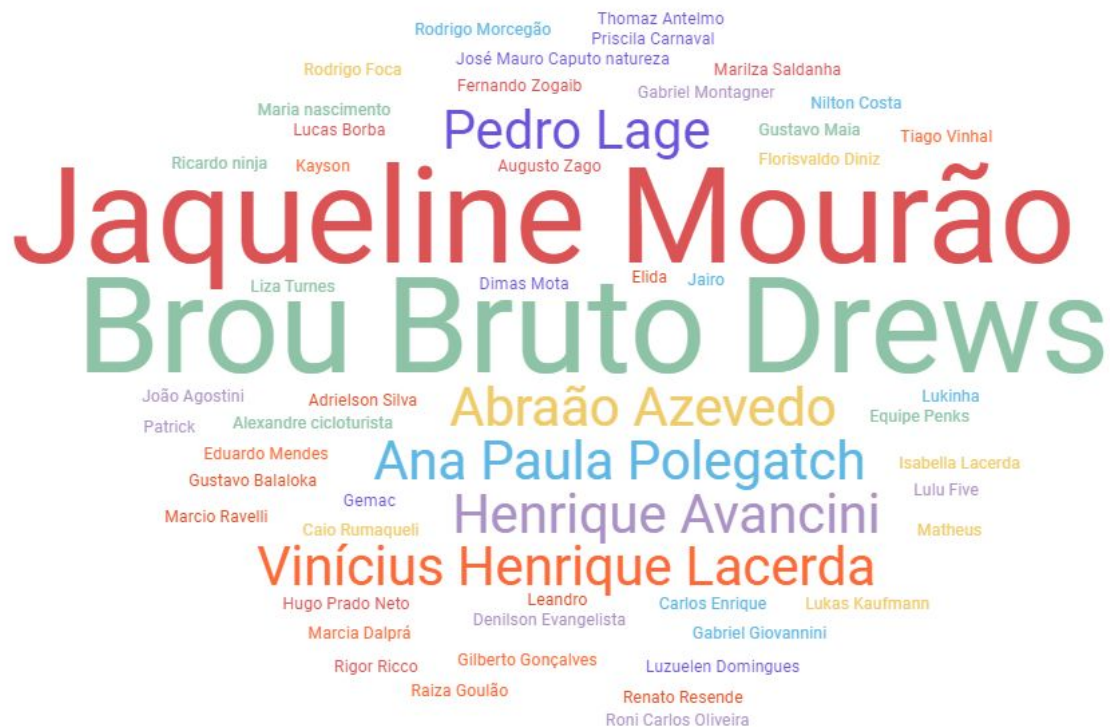
**ATLETAS  
PROFISSIONAIS E  
AMADORES**



**De que forma  
as empresas apoiam  
atletas  
(múltiplas respostas)**



## Atletas citados que trazem mais resultados para os negócios



Top 7 atletas mais citados pelas empresas:

- Brou Bruto Drews
- Jaqueline Mourão
- Henrique Avancini
- Abraão Azevedo
- Ana Paula Polegatch
- Pedro Lage
- Vinicius Henrique Lacerda





**EVENTOS E  
COMPETIÇÕES**

## Eventos e competições citados que trazem mais resultados para os negócios



Top 10 eventos e competições mais citados pelas empresas:

- CIMTB
- Brasil Ride
- Passeio ciclístico local
- L'Etape Brasil
- Internacional Estrada Real
- Iron Man
- Bike Series
- Evento de Cicloturismo
- Shimano Fest
- Big Biker





ALIANÇA  BIKE  
Associação Brasileira do Setor de Bicycletas



[/AliancaBikeOficial](#)



[@aliancabike](#)



[/aliancabike](#)



[@BicicletaNews](#)



[\(11\) 97114 0140](tel:(11)971140140)



[www.aliancabike.org.br](http://www.aliancabike.org.br)



[contato@aliancabike.org.br](mailto:contato@aliancabike.org.br)