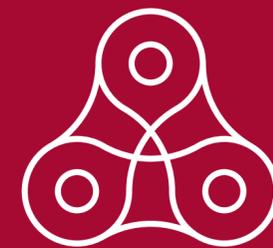


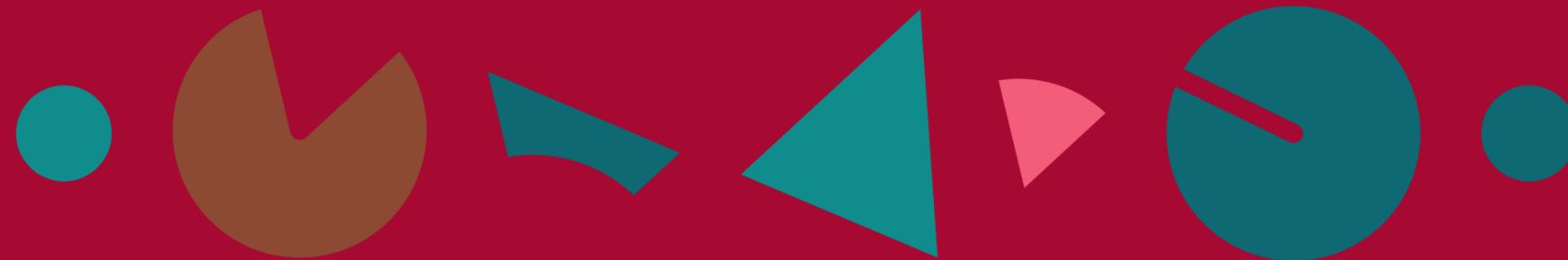
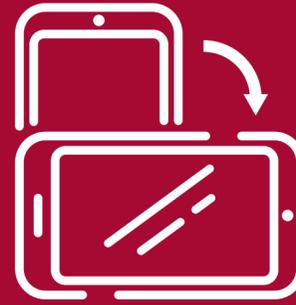


Pesquisa anual de comércio varejista



ALIANÇA BIKE
Associação Brasileira do Setor de Bicicletas

2024



Março / 2024



Conselho Deliberativo

Rodrigo Coelho- Presidente
Álvaro Pacheco- 1º Vice Presidente
André Ribeiro- 2º Vice Presidente

Conselho Fiscal

Giancarlo Clini
Claudia Kligerman
Henrique Zompero

Conselho Consultivo

Felipe Caprioli- Alvoteg
Marcelo Maciel- Proparts
Felipe Praça- Trek Bikes
Pedro Paulo- Athor Bikes
Giovanna Rezende- AJF Ciclismo
Rodrigo Affonso- LEV
Kleber Cincea- KSW
Sergio Gallo- Groove Bikes
Luiz Rica- HB Brasil
William Andó- Julio Andó



Idealização:

Aliança Bike – Associação Brasileira do Setor de Bicicletas

Coordenação Geral: Daniel Guth

Coordenação Executiva: Victor Callil

Coordenação Administrativa: Marina Lagareiro

Coordenação de Comunicação: Giuliana Pompeu

Identidade visual e Diagramação: Michel Will

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Pesquisa anual de comércio varejista 2024 [livro eletrônico] : Aliança Bike / Associação Brasileira do Setor de Bicicletas. -- São Paulo : Aliança Bike, 2024.
PDF

ISBN 978-65-999870-2-1

1. Bicicletas - Equipamentos e acessórios
2. Comércio varejista 3. Pesquisas I. Associação Brasileira do Setor de Bicicletas.

24-199116

CDD-658.87

Índices para catálogo sistemático:

1. Comércio varejista : Administração 658.87

Eliane de Freitas Leite - Bibliotecária - CRB 8/8415

Introdução

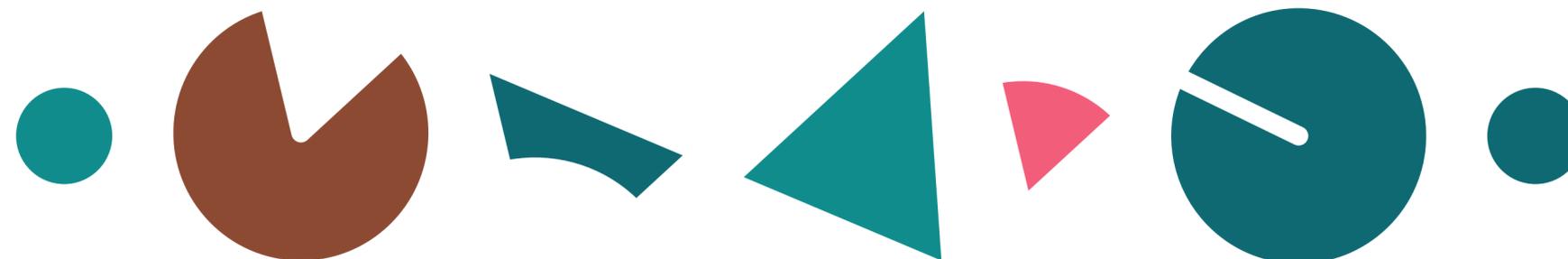
Desde 2018 a Aliança Bike realiza a Pesquisa Anual de Comércio Varejista de Bicycletas, buscando mostrar tendências, mudanças e perspectivas para as lojas de bicycletas de todo o país. A pesquisa é realizada de forma virtual através de questionário enviado diretamente aos lojistas, que voluntariamente respondem de acordo com a realidade de cada loja. Este ano tivemos uma amostra importante, com respostas de mais de 350 lojistas de todo o país.

Todo ano novas perguntas são incluídas no questionário de forma que hoje a Pesquisa Anual representa o retrato mais completo sobre as lojas de bicycleta no país. Nesta edição, investigamos mais a fundo as questões de composição de faturamento, os acessórios e serviços, as marcas mais presentes, além da relação das lojas com o entorno.



Os resultados reforçam a importância das lojas de bicicletas para a economia nacional- seja pela geração de emprego e renda, ou mesmo pelas tendências observadas e que refletem em toda cadeia produtiva da bicicleta. As lojas são, enfim, uma síntese do setor de bicicletas; e um olhar mais atento nos dá indicadores importantes do que está acontecendo com nosso mercado.

Aliança Bike - Associação Brasileira do Setor de Bicicletas



Resumo executivo



Pesquisa
anual de
comércio
varejista

- Mais de **90% das lojas** estão enquadradas no **Simplex Nacional**.
- **66% dos funcionários** que trabalham nas lojas **são registrados na CLT**.
- Cada loja tem uma **média de 4 funcionários**.
- **50% das lojas** respondentes **venderam até 100 unidades de bicicleta** em 2023.
- **40% das lojas** foram **abertas nos últimos 5 anos** e a **idade média delas é de 12 anos**.

Resumo executivo



Pesquisa
anual de
comércio
varejista

- **Mais de 50% das lojas** tiveram faturamento até **R\$ 500 mil** e mais de **25%** de mais de **R\$ 1 milhão**.
- **Mais da metade dos lojistas** afirmou haver **queda no faturamento e no volume de bicicletas** vendidas entre 2022 e 2023.
- **Mais de 60% dos lojistas** afirmaram que **o modelo de bicicleta mais vendido** em sua loja **custa até R\$ 3 mil**.
- **A venda de bicicletas inteiras** ainda é responsável pela **maior participação média no faturamento das lojas de bicicletas, com 41%**.

Resumo executivo



Pesquisa
anual de
comércio
varejista

- **A venda de acessórios** é mais representativa para lojistas **das regiões norte, nordeste e centro-oeste.**
- **Para lojas menores,** a oferta de **serviços de mecânica e revisão** são muito relevantes para o **faturamento.** Já para as **lojas maiores,** é a **venda de bicicletas inteiras** que se destaca.
- A **Mountain Bike (MTB)** é o modelo de bicicleta **mais comercializado,** por mais de **90% das lojas.**
- A **proporção de lojas que vende bicicletas elétricas** manteve-se em **50% entre 2022 e 2023.**

Resumo executivo



Pesquisa
anual de
comércio
varejista

- Os **modelos de bicicleta mais baratos** tendem a ter **maior representatividade no faturamento** das lojas.
- **Capacetes e apetrechos de iluminação** são os acessórios **mais vendidos pelas lojas**.
- O **e-commerce segue crescendo ano a ano** e, quanto maior o **faturamento** da loja, **maior a probabilidade** de ela fazer vendas online.
- O **Mercado Livre** segue sendo a plataforma com **maior presença** das lojas que **comercializam online**, sendo **utilizado por mais da metade** delas.

Resumo executivo



Pesquisa
anual de
comércio
varejista

- A maior parte das lojas (**78%**) organiza ou apoia grupos de pedal.
- De todas as **estratégias de divulgação**, as **plataformas online (impulsioneamento nas redes e sites) e promoção/participação de grupos de pedal** são as mais citadas.
- Embora **não estejam otimistas em relação à situação econômica do país para 2024**, quase metade dos lojistas acredita que a **situação financeira de sua loja irá melhorar** neste ano.

Perfil típico de uma loja de bicicletas no Brasil



Metodologia

Pesquisa 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 15 de janeiro e outubro e 19 de fevereiro de 2024

Número de respondentes: 355 lojistas, localizados em 24 estados diferentes

Localização dos respondentes: Quase metade (49%) das lojas de bicicletas que responderam a pesquisa se encontram na região sudeste, sendo São Paulo o estado com maior número de respondentes (112).

A amostra foi pensada em uma representatividade do universo considerando uma margem de erro de 5%, considerando um intervalo de confiança de 95%.



Ponderação dos dados: a ponderação da amostra foi feita considerando os dados de estabelecimentos oriundos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Em algumas análises, reponderamos os dados obtidos com base na distribuição de algumas variáveis da última pesquisa (2021), adequando a continuidade das séries históricas.

É importante salientar que esta edição da pesquisa, assim como a anterior, contou com um desenho amostral (cotas por grandes regiões) e uma amostragem (busca ativa). Isso se dá numa tentativa de adequar a representatividade de regiões como o norte e nordeste na amostra (respeitando o universo de lojas estabelecidos pela RAIS).

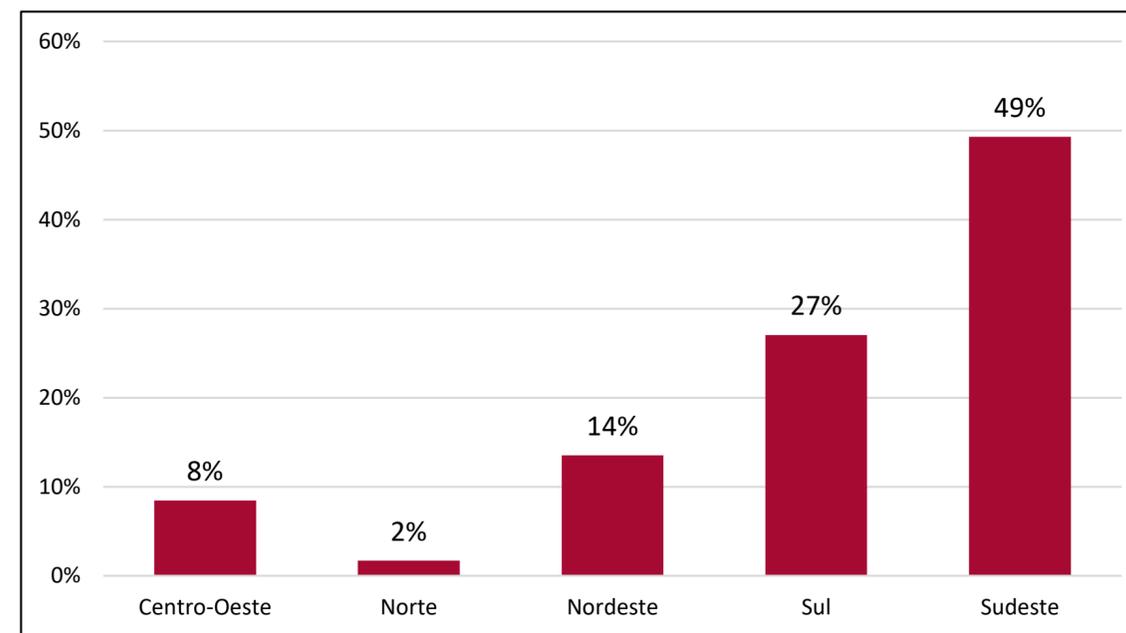


Figura 1: Lojistas respondentes por região

Resultados



Enquadramento fiscal das lojas de bicicletas

A grande maioria das lojas está enquadrada no regime tributário do Simples Nacional (91%). No ano passado, essa proporção era de 95%. Essa diferença pode ser explicada tanto por pequenas variações no mercado, como por ser uma oscilação dentro da margem de erro da pesquisa.

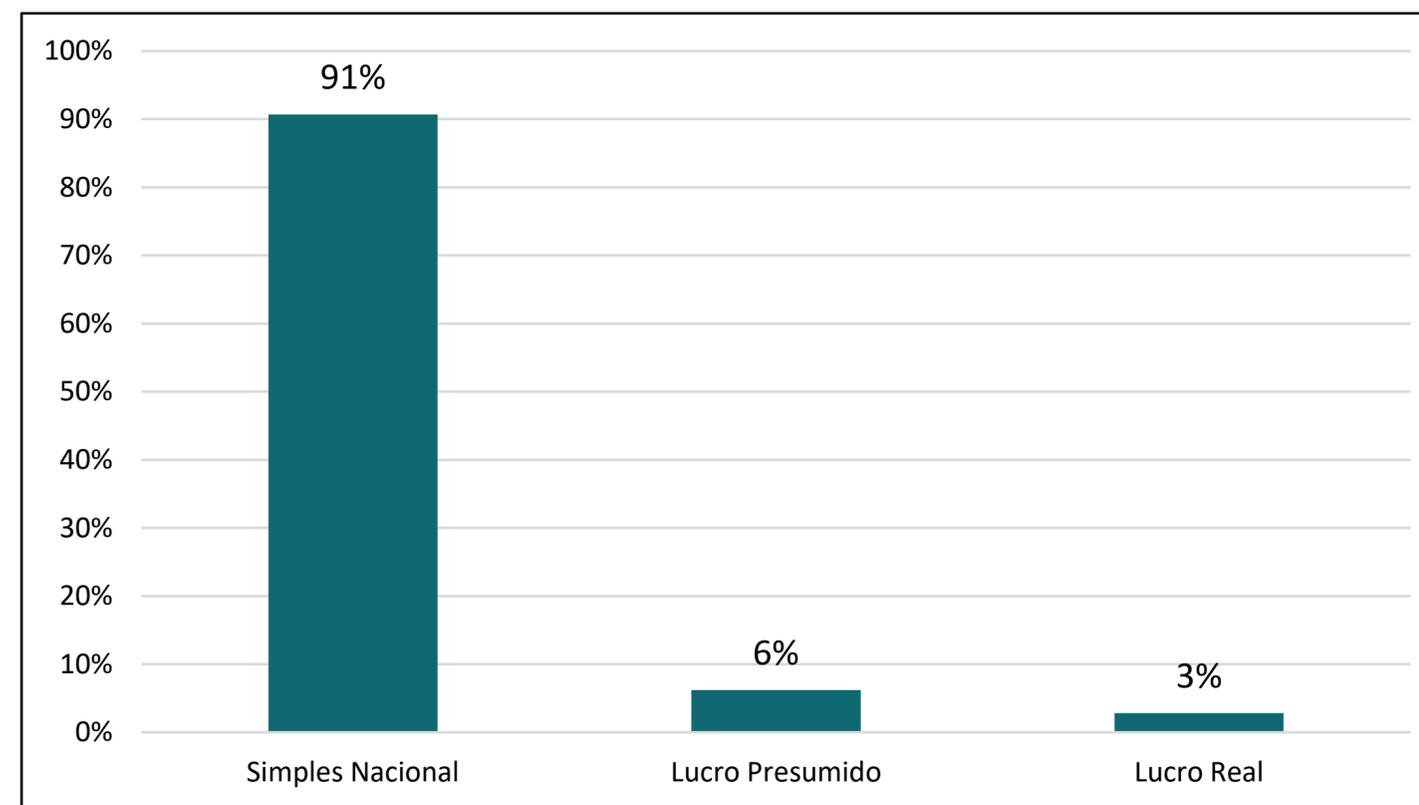


Figura 2: Enquadramento fiscal das lojas de bicicletas

Atividades econômicas das lojas de bicicletas

Quanto à atividade econômica, predomina a CNAE 47.63-6-03 (Comércio varejista de bicicletas e triciclos, peças e acessórios), com 80% dos estabelecimentos, seguido de reparação de bicicletas, triciclos e outros veículos não-motorizados (12%) e outras (8%).

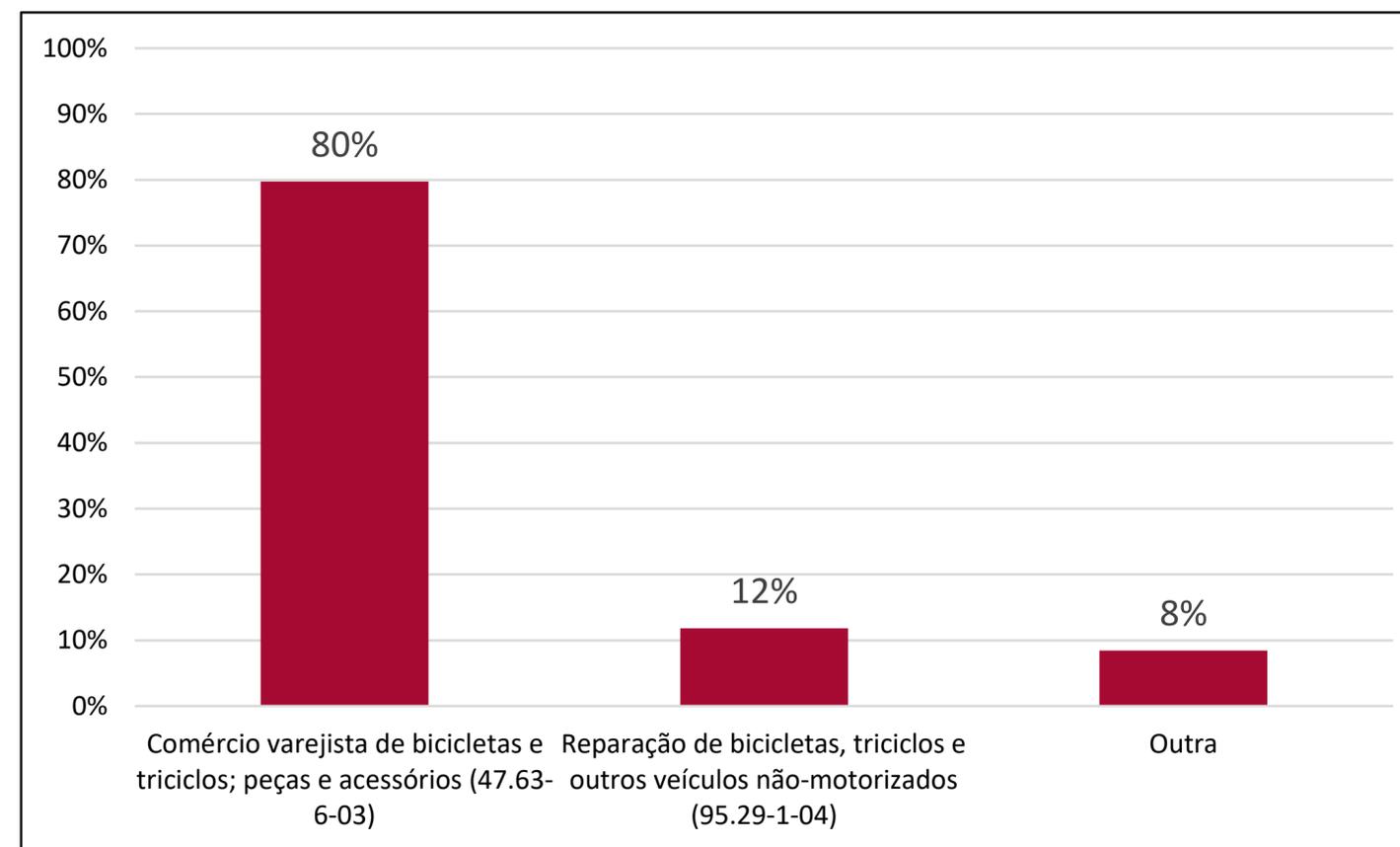


Figura 3: Atividades econômica das lojas de bicicletas

Funcionários

As lojas de bicicletas respondentes têm, em média, cinco funcionários, sendo que a maioria (66%) são empregados formais com carteira assinada.

Desde 2018, quando a Aliança Bike iniciou o monitoramento com as lojas de bicicletas, o índice de funcionários empregados com carteira assinada vem encolhendo, em média, 6% ao ano, a maior queda se deu entre 2018 e 2019, quando foi de 90% para 80%.

Isso pode estar associado tanto a movimentações no próprio mercado de varejo de bicicletas, mas implicações mais amplas da economia brasileira, vinculadas a mudanças no mundo trabalhista.

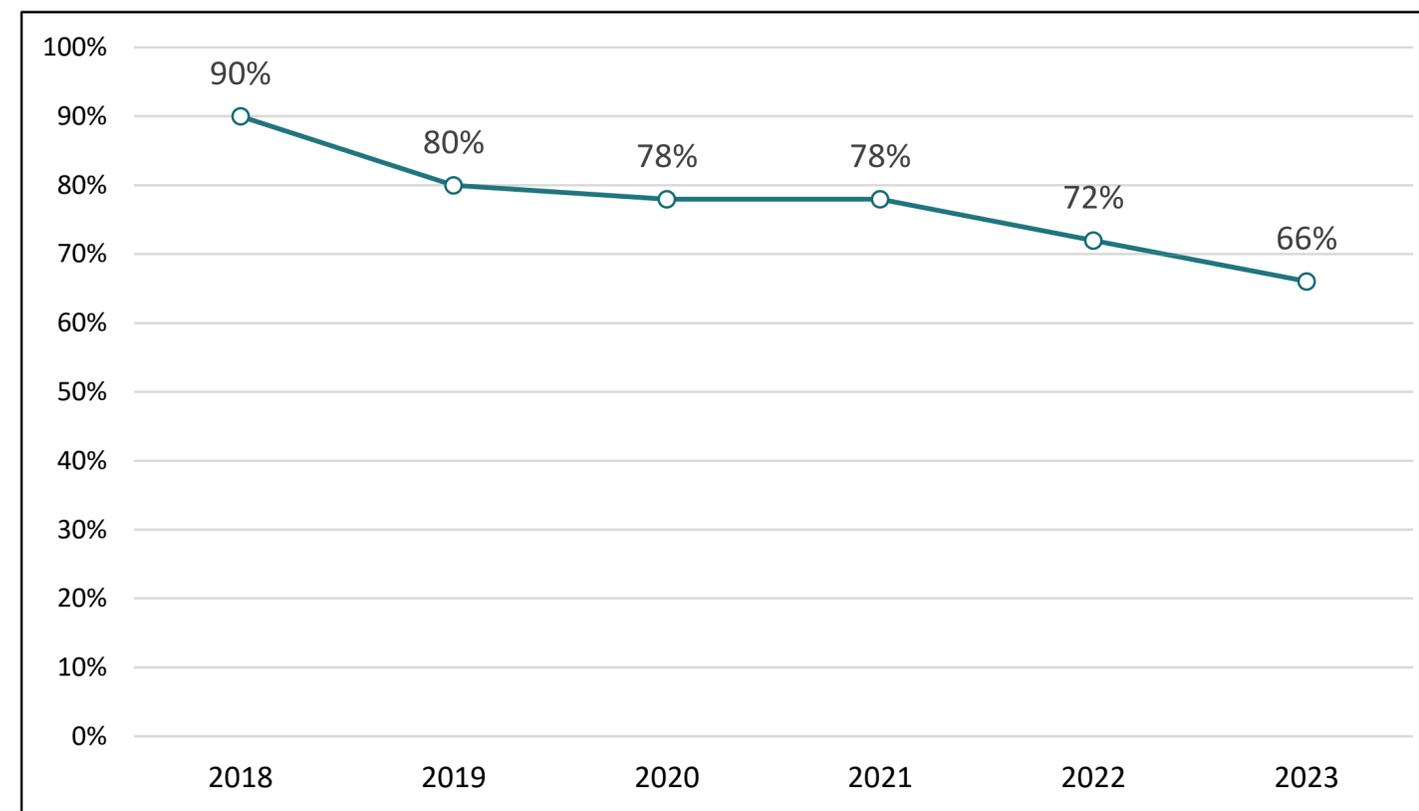


Figura 4: Índice de funcionários com carteira assinada (CLT) nas lojas de bicicletas, 2018-2023

Longevidade das Lojas de bicicletas

Mais da metade (58%) das lojas de bicicletas foram abertas nos últimos dez anos, enquanto a outra parte (42%) foram abertas há 6 anos ou mais.

8% das lojas têm 31 anos ou mais de existência.

A média de idade da Região 1 (sul e sudeste) é maior que a média de idade da Região 2 (norte, nordeste e centro-oeste).

Região	Média de idade
1	13
2	11
Total	12

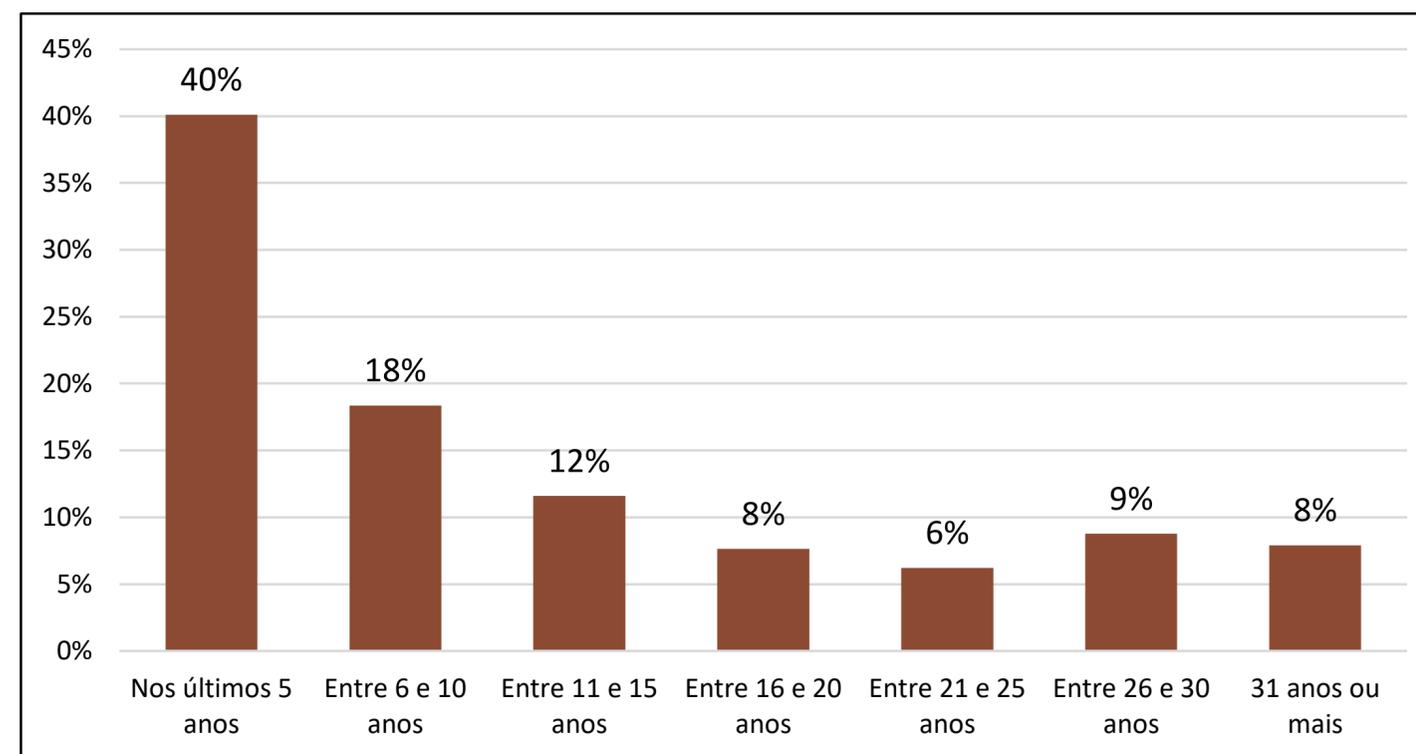


Figura 5: Tempo de abertura das lojas de bicicletas

Vendas e faturamento

O porte mediano das lojas, considerando o faturamento bruto em 2023, está em até R\$500 mil reais. Este dado está em sintonia com a opção pelo Simples Nacional, predominante no mercado.

Pouco mais de um quarto das lojas faturou mais de R\$1 milhão em 2023.

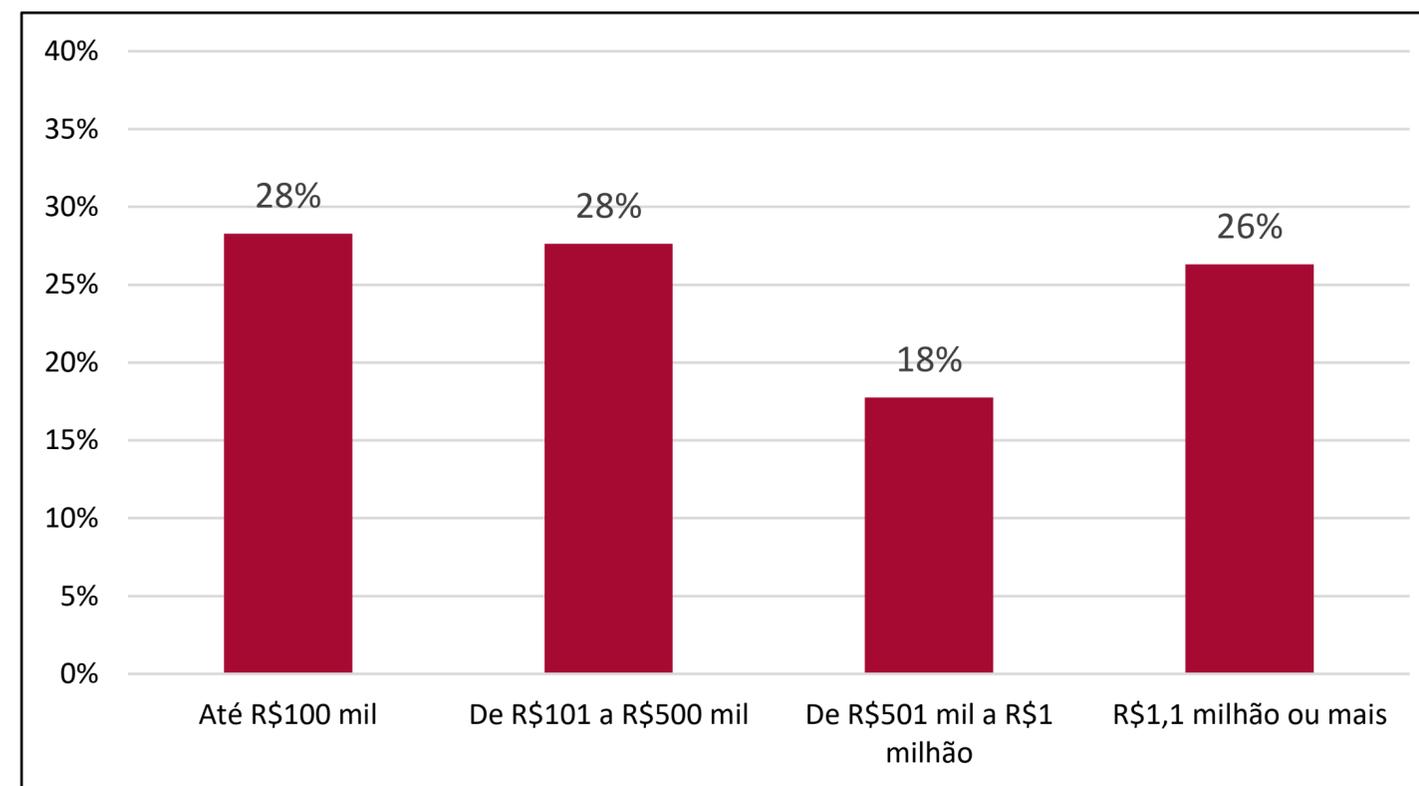
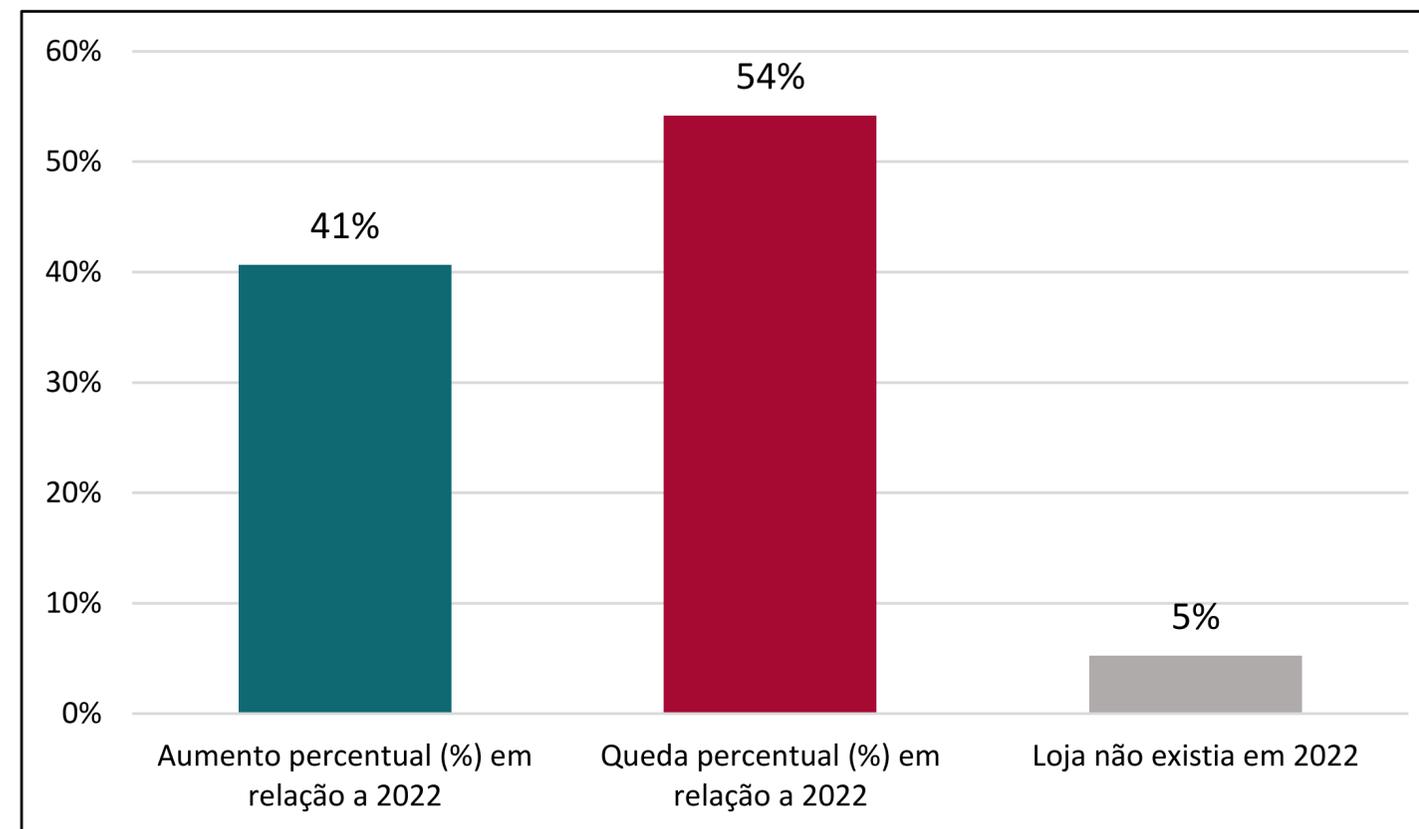


Figura 6: Faturamento anual das lojas respondentes (ano base: 2023)

Mais da metade dos lojistas afirmou haver queda no faturamento geral da loja entre 2023 e 2022

A percepção de que houve queda no faturamento é de mais da metade dos lojistas. Mais de 40%, entretanto, tiveram a percepção de aumento. E 5% não tinham a loja aberta em 2022.



Aumento médio de **34,3%**

Queda média de **30,9%**

Figura 7: Percepção de aumento ou redução do faturamento total entre 2022 e 2023.

As lojas com faturamentos maiores tiveram resultados melhores entre 2022 e 2023

Mais da metade das lojas com mais de R\$ 1 milhão de faturamento teve aumento de faturamento, já entre as lojas com faturamento abaixo deste patamar, mais de 60% experienciaram queda. Isso possivelmente está associado ao fato de as lojas com maiores faturamentos possuírem uma margem de manobra maior para lidar com a situação de queda que o mercado vem apresentando após a pandemia de covid 19.

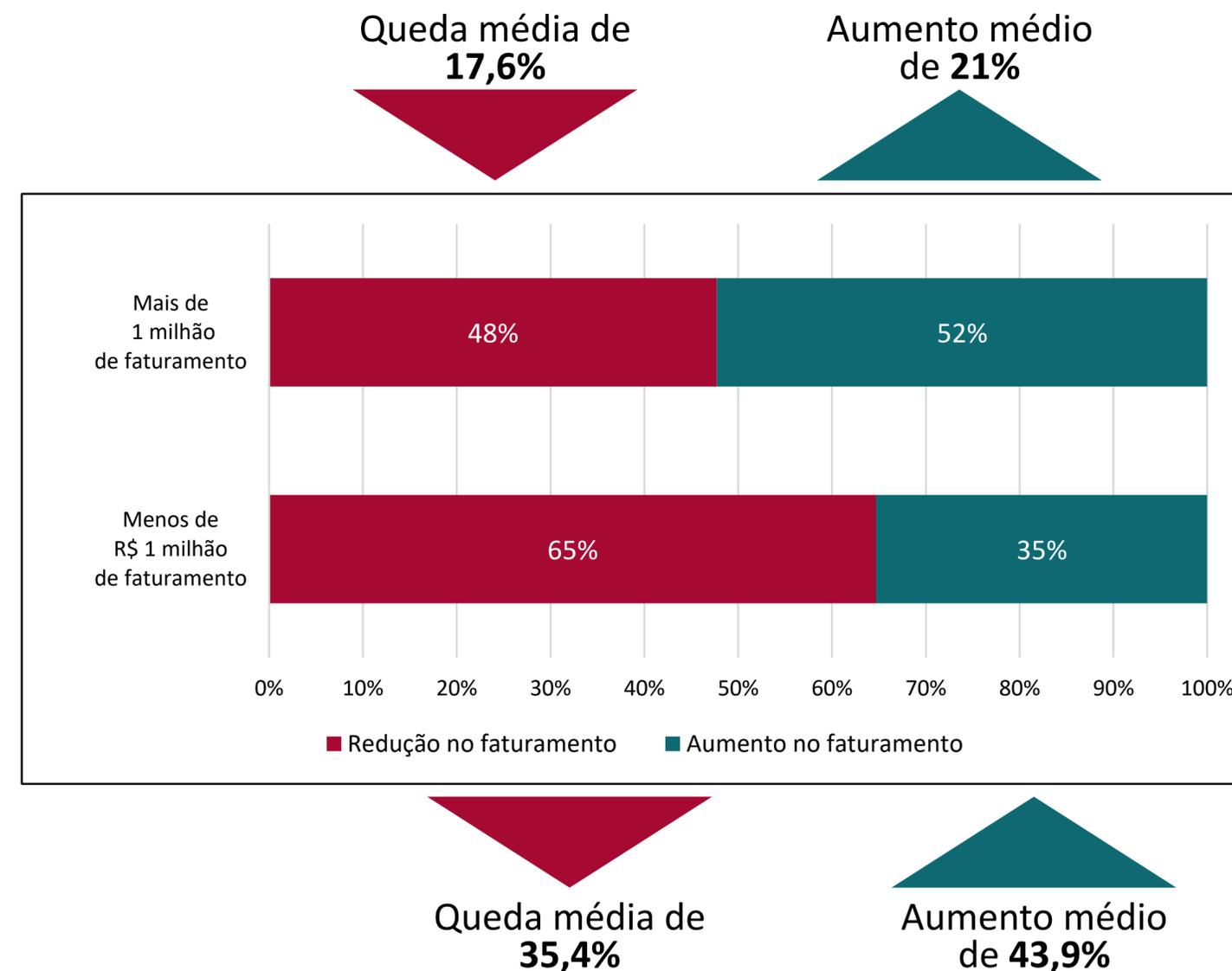


Figura 8: Percepção de aumento ou redução do número de bicicletas vendidas entre 2022 e 2023 por faturamento.

Maior parte dos lojistas afirmou haver queda no volume de unidades de bicicletas inteiras vendidas entre 2019 e 2023 e entre 2022 e 2023

Entre 2019 e 2023: a percepção de queda entre 2019 e 2023 é menor do que entre 2022 e 2023. Isso indica que o crescimento das vendas nos últimos 4 anos parece ser maior do que a redução em função da queda entre 2022 e 2023. Um dado que ajuda a reforçar essa percepção é que o aumento entre 2019 e 2023 daquelas que cresceram é bem maior que o aumento observado no outro intervalo. E a redução, por sua vez, é menor do que a redução observada no intervalo mais recente.

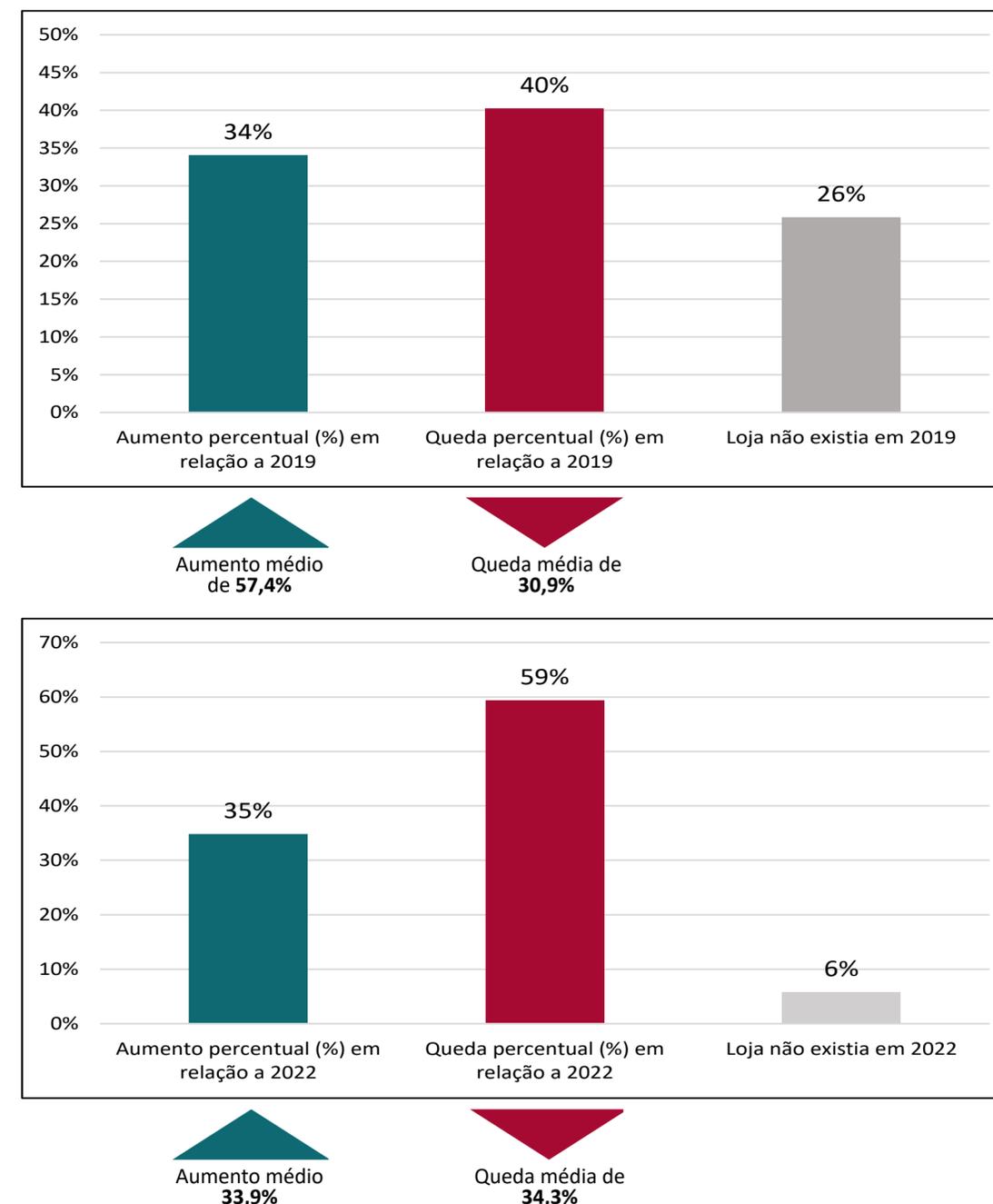


Figura 9: Percepção de aumento ou redução do número de bicicletas vendidas entre 2019 e 2023 (cima) e entre 2022 e 2023 (baixo).

Quantidade de bicicletas comercializadas

Mais de 50% das lojas respondentes venderam, em 2023, até 100 bicicletas por ano. Mais de 20% vendeu 201 ou mais unidades, sendo que apenas 3% vendeu mais de mil bicicletas em 2023.

O comportamento da amostra é bem semelhante entre os anos de 2021 e 2023.

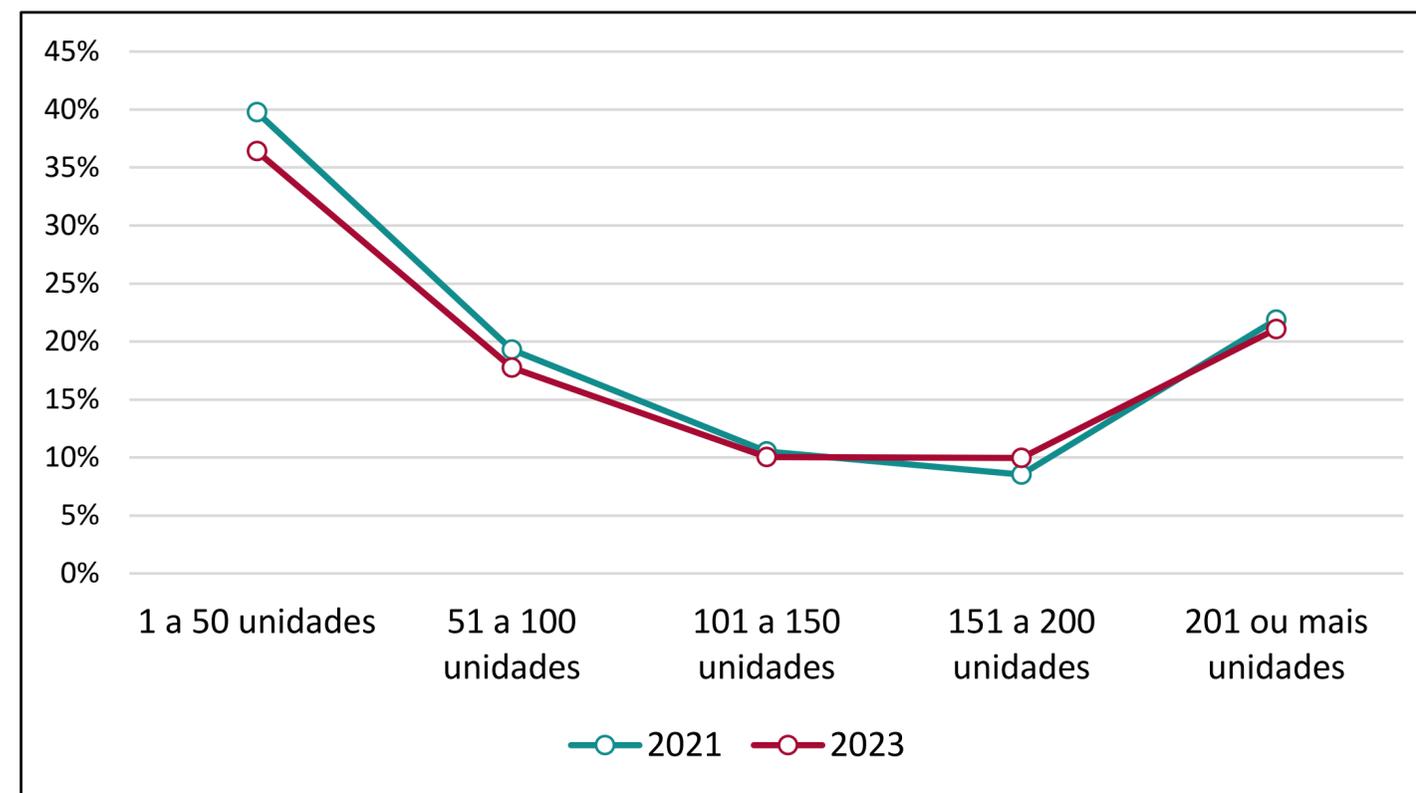


Figura 10: Quantidade média anual de bicicletas comercializadas por loja (ano base: 2021 e 1º semestre de 2022)

Quantidade de bicicletas comercializadas por faixa de preços

É interessante observar que 65% das bicicletas comercializadas são de até R\$ 3 mil. Considerando bikes de até R\$ 6 mil, elas abrangem 83% das vendas de bicicletas inteiras nas lojas. O mercado mais premium, de bicicletas a partir de R\$ 10 mil, representa 10% de todas as bikes vendidas..

Proporção de bicicletas vendidas por faixa de preço

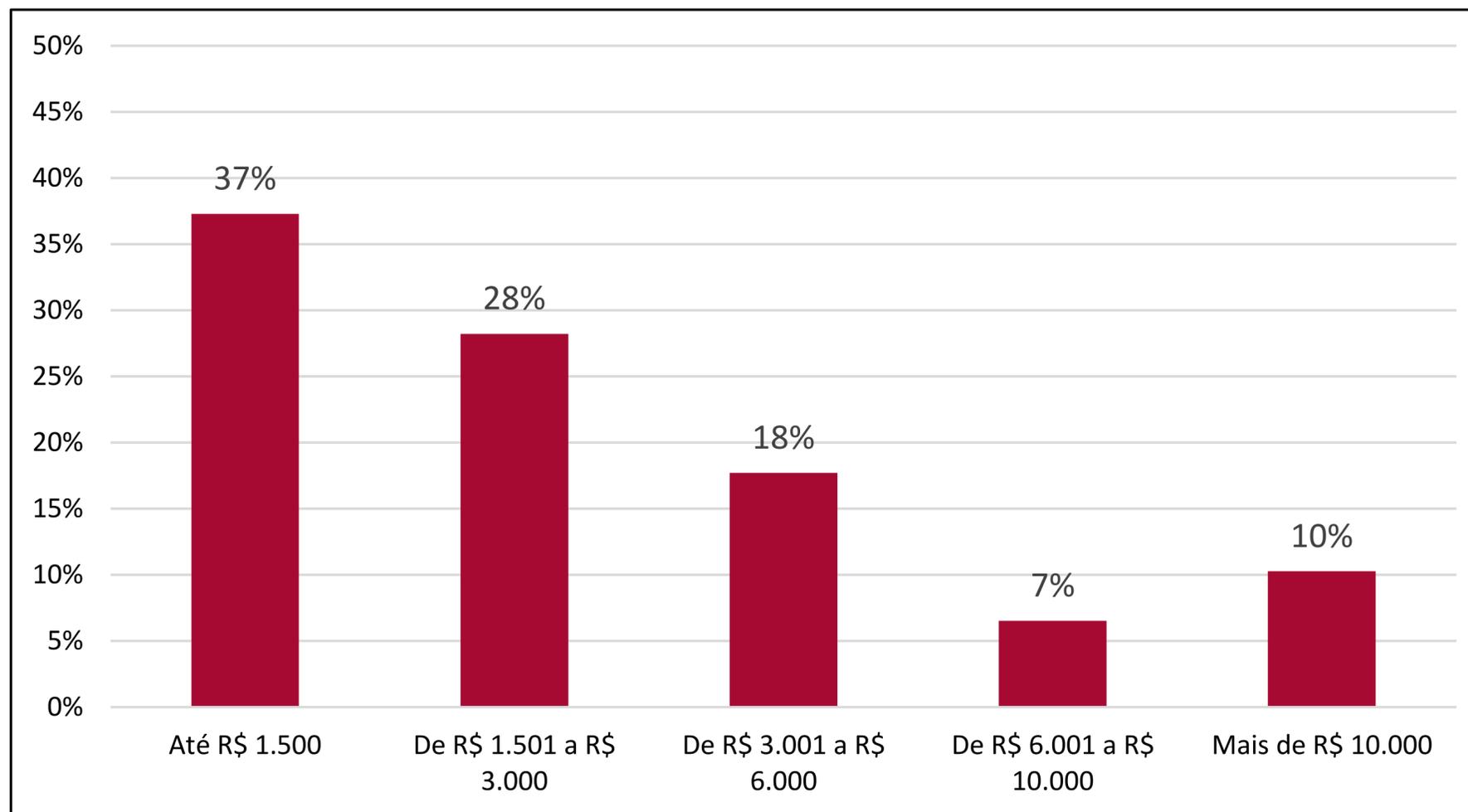


Figura 11a: Quantidade média anual de bicicletas comercializadas por faixa de preço (ano base: 2023)

Quantidade de bicicletas comercializadas por faturamento da loja

Quanto à quantidade de bikes vendidas vs faturamento, é interessante notar como o volume varia nas faixas intermediárias de faturamento. Isso pode indicar uma população de lojas mais diversificada nestes grupos, onde as vendas de bicicletas inteiras são mais ou menos importantes para o estabelecimento.

Proporção das bicicletas vendidas por faixa de faturamento

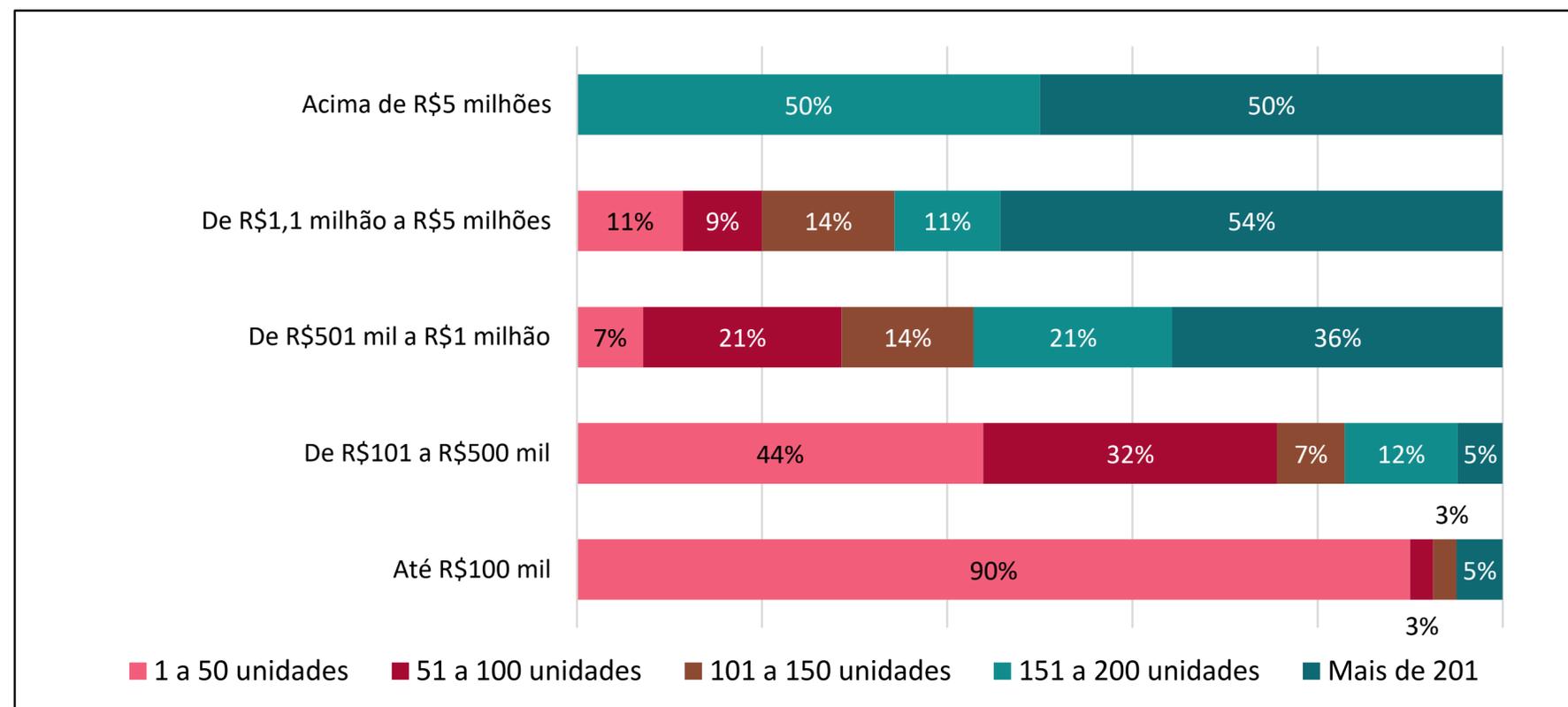


Figura 11b: Quantidade média anual de bicicletas comercializadas por volume em relação ao faturamento da loja (ano base: 2023)

Quanto maior o faturamento da loja, maior a chance de a bicicleta mais vendida ser mais cara

Quase metade das lojas com até 500 mil reais de faturamento tem como bicicleta mais vendida um modelo de até R\$ 1.500 reais. Os grupos de lojas com faturamentos maiores tem uma variedade maior de bicicletas mais vendidas.

Uma análise de razão de chances nos mostra que uma loja com mais de 1 milhão de faturamento tem 2,3 vezes mais chances de ter como bicicleta mais vendida, um modelo com preço superior a 6 mil reais.

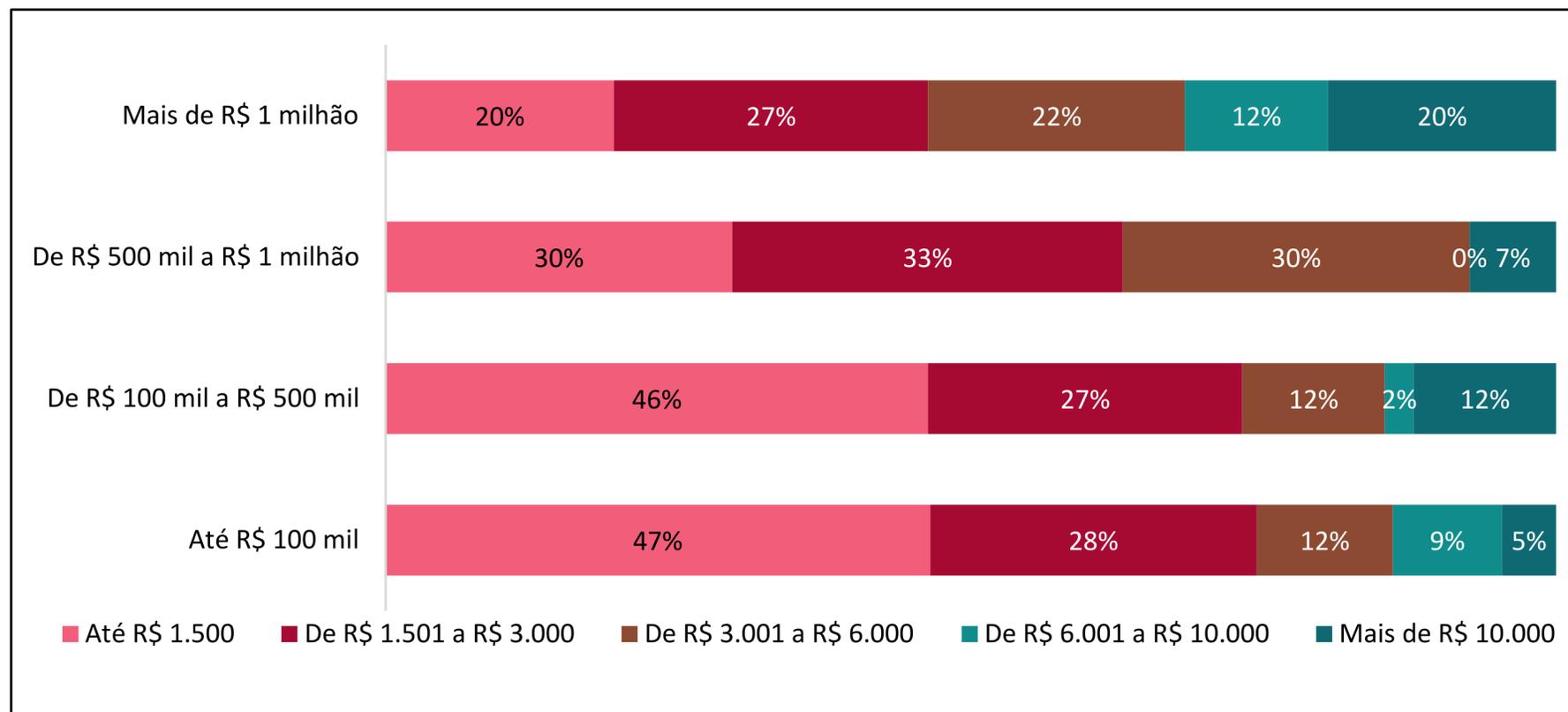


Figura 11c: Faixa de preço da bicicleta mais vendida por faixa de faturamento (ano base: 2023)



Roberto Allegrini
Tutto Bikes

É um verdadeiro desafio ter um comércio no Brasil por longo período, ainda mais em um setor de bens duráveis. Importante manter a atualização de produtos, lay-out, treinamento da equipe. Acompanhar de perto o valor de mercado dos produtos é um outro ponto fundamental e muitas vezes custoso, quando existe uma desvalorização dos estoques. Isso sem contar as crises políticas e econômicas que o país atravessou.

Idade e faturamento

Podemos verificar também que existe uma correlação entre a idade da loja e o seu faturamento. Quanto mais antiga é a loja, maior tende a ser o seu faturamento. As lojas que venderam mais de R\$ 1 milhão tinham a partir de 16 anos de existência, em média.

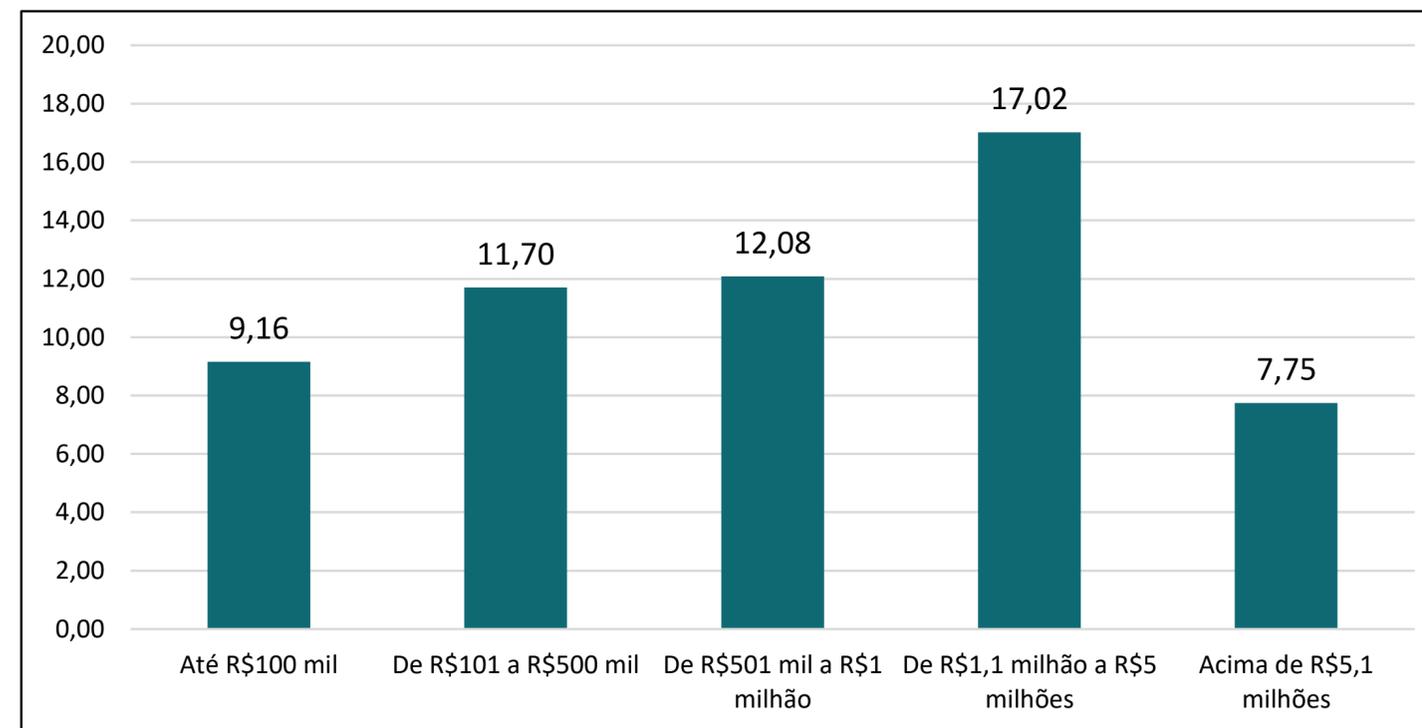


Figura 12a: Faturamento anual das lojas x longevidade

Atividades e faturamento

A venda de bicicletas inteiras ainda é responsável pela maior participação média no faturamento das lojas de bicicletas, com 41%. Nos anos três anos anteriores, a venda de bicicletas inteiras também era a principal atividade para o faturamento.

A venda de acessórios é mais representativa para lojistas da Região 2 da amostra (norte, nordeste e centro-oeste), com 17% da média de faturamento, do que para lojistas da Região 1 (sudeste e sul), com 12% do faturamento, em média.

A queda da participação da oficina, entre 2022 e 2023, possivelmente se deu em função de uma desaceleração no uso de bicicleta (que apresentou um boom entre 2020 e 2021 no mundo todo).

Atividade	Percentual médio de contribuição para o faturamento anual
Venda de bicicletas inteiras	41%
Serviço de mecânica e revisão	24%
Venda de componentes	21%
Venda de acessórios	14%

Ano	Posição da mecânica no faturamento anual das lojas	Percentual médio de contribuição para o faturamento anual
2023	2º	24%
2022	2º	35%
2021	2º	28%
2020	4º	21%

Tabela 1 – Proporção média do faturamento da loja por tipo de atividade ou serviço

Atividades e faturamento

Variabilidade de atividades e serviços parece ser algo mais importante em lojas menores, uma vez que, como vimos anteriormente, as bicicletas mais vendidas tendem a ter uma faixa de preço menor.

Destaca-se que mecânica e revisão representa quase 40% do faturamento das lojas menores e a venda de bicicletas mais de 70% do faturamento das lojas maiores.

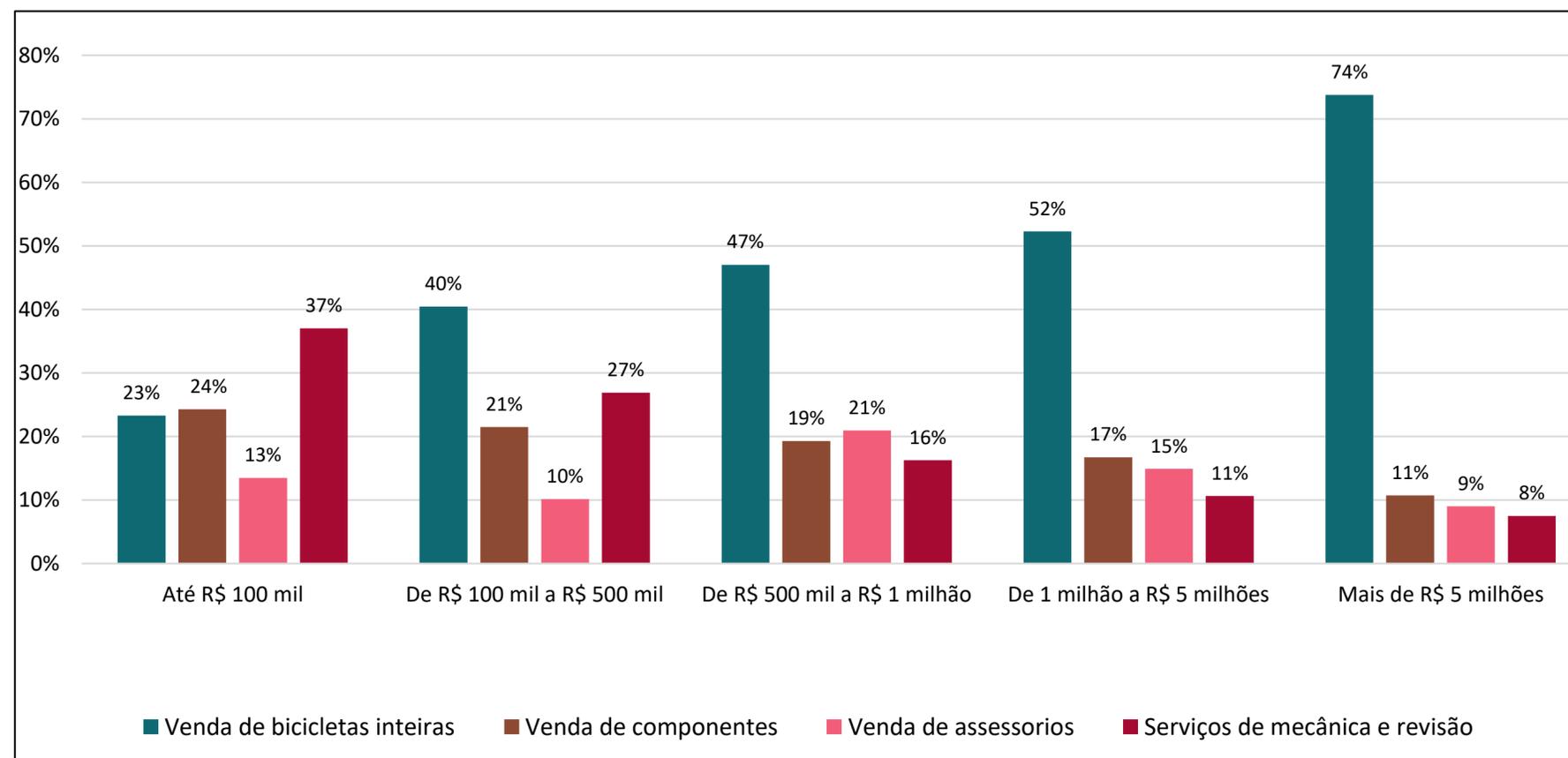


Figura 12b: proporção média do faturamento da loja por cada tipo de serviço oferecido, observado por faixa de faturamento total do estabelecimento

Mecânica e revisão tem maior importância para o faturamento de estabelecimentos menores

Em lojas cujo faturamento vai até R\$ 100 mil, o serviço de mecânica e revisão tende a ser mais importante do que a venda de bicicletas para a saúde financeira do estabelecimento.

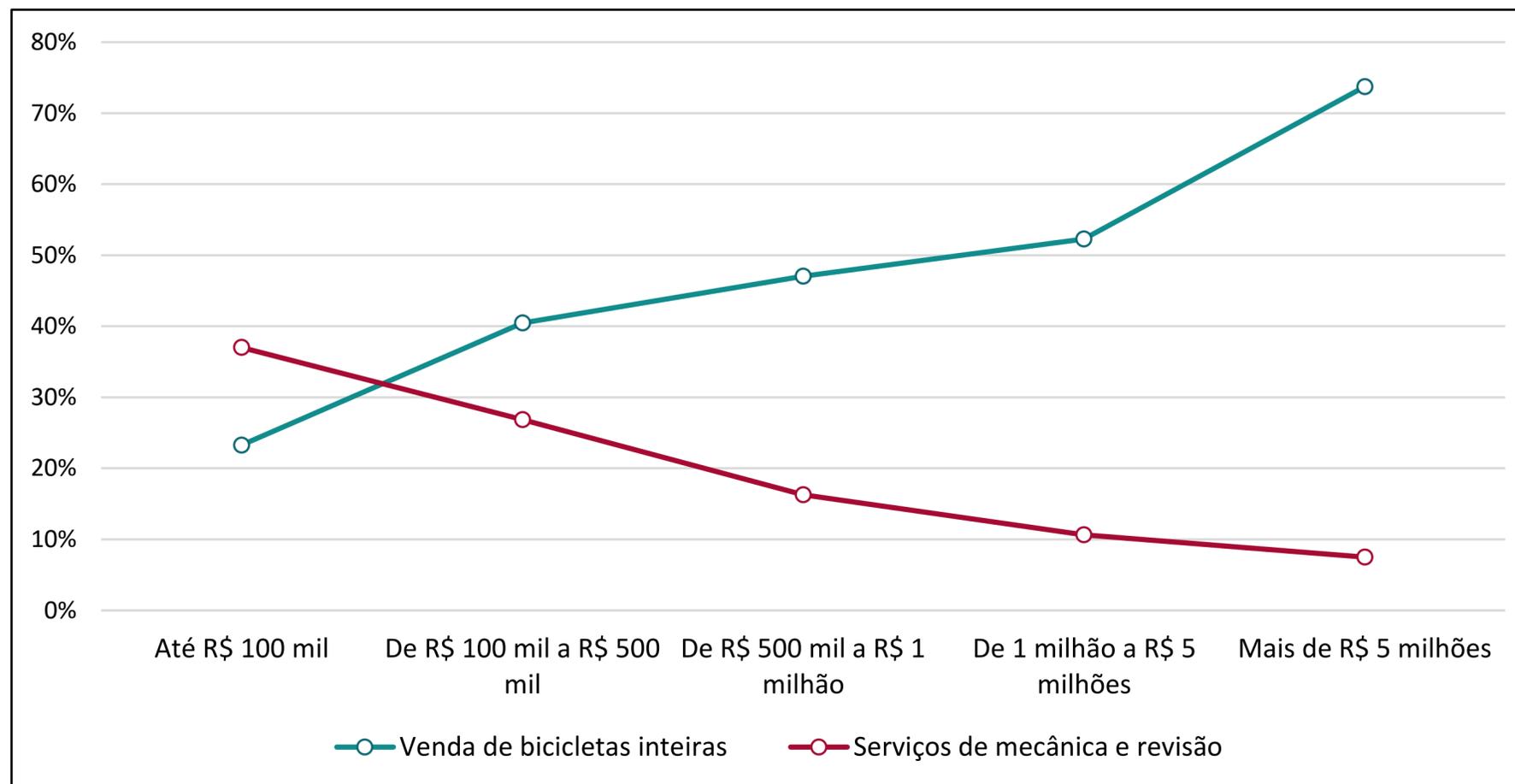
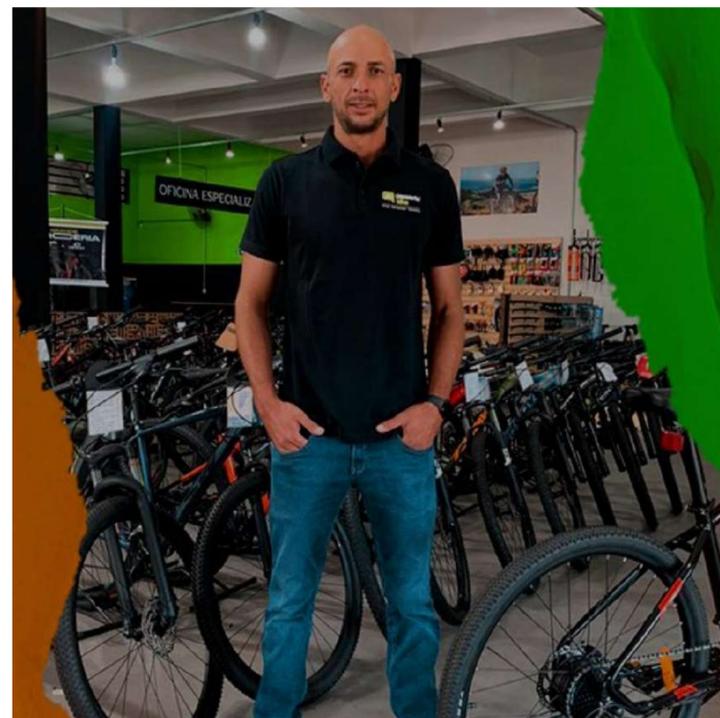


Figura 12c: proporção média do faturamento da loja por serviços de mecânica e revisão e venda de bicicletas inteiras



Ricardo Hussein
Rede Conserta
Bike

A manutenção é o coração da loja, ele está pulsando forte e crescente. As unidades da Conserta Bike estão aumentando suas oficinas devido a alta demanda com manutenção. Por isso, nossa perspectiva é aumentar o número de novas unidades em 2024.

Modelos de bicicletas ofertados

O modelo Mountain Bike (93%) domina a oferta nas lojas respondentes. Logo depois vem infantil (64%) e estrada (59%).

Entre as lojas que não comercializam bicicletas, estão aquelas que alugam bicicletas, trabalham apenas com serviços ou vendas de peças, por exemplo.

Entre as edições desta pesquisa de 2021 e 2022 houve um processo de recálculo da amostra para ampliar a representatividade do estudo. Isso ocasionou uma alteração na coleta.

Para podermos continuar a série histórica entre estudos com definição amostral diferente, reponderamos os dados analisados neste gráfico pelo faturamento coletado em 2021, de forma a podermos adequar a comparação para unidades com as mesmas bases amostrais.

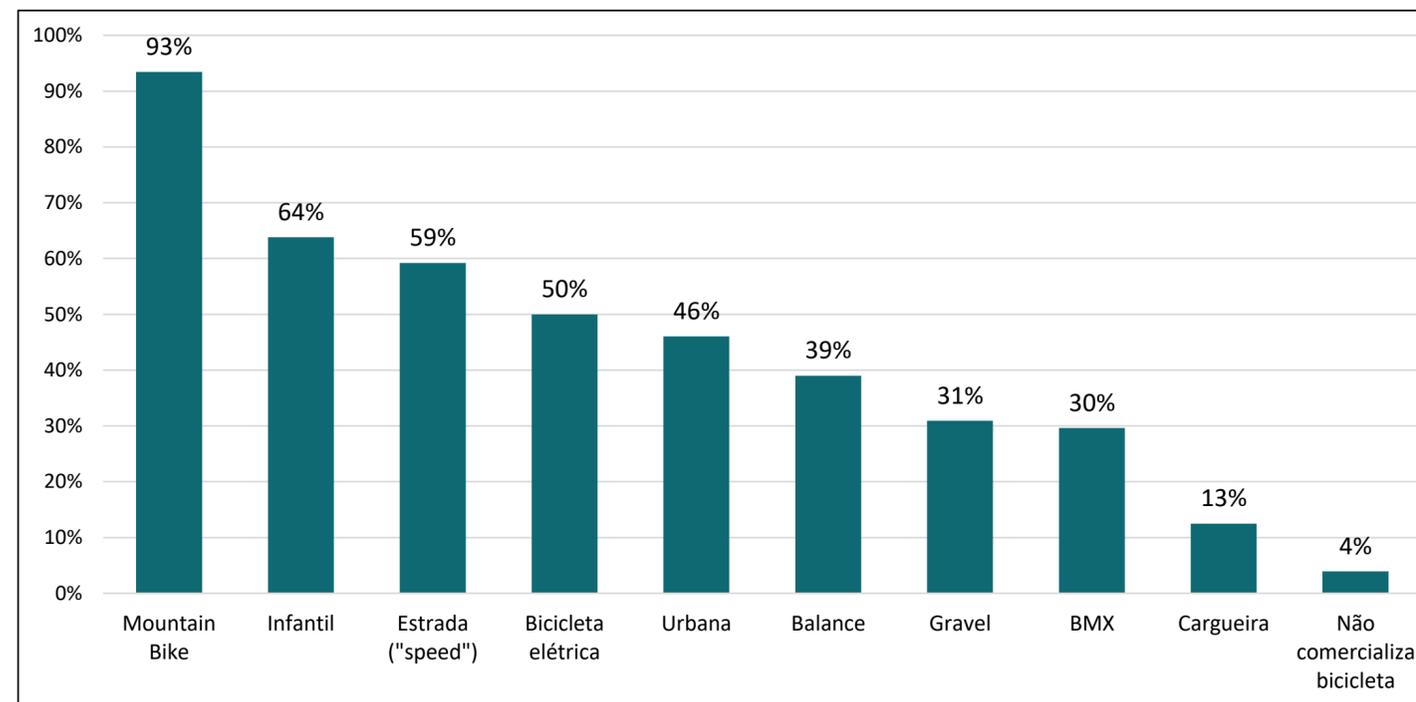


Figura 13: Modelos de bicicleta comercializadas nas lojas respondentes em 2023

Alguns modelos que vinham em ascensão tiveram mudanças na oferta este ano.

A bicicleta elétrica se manteve em 50% das lojas respondentes pelo 3º ano seguido.

A gravel teve uma pequena queda, de 33% no ano passado para 31% este ano.

Entre as edições desta pesquisa de 2021 e 2022 houve um processo de recálculo da amostra para ampliar a representatividade do estudo. Isso ocasionou uma alteração na coleta.

Para podermos continuar a série histórica entre estudos com definição amostral diferente, reponderamos os dados analisados neste gráfico pelo faturamento coletado em 2021, de forma a podermos adequar a comparação para unidades com as mesmas bases amostrais.

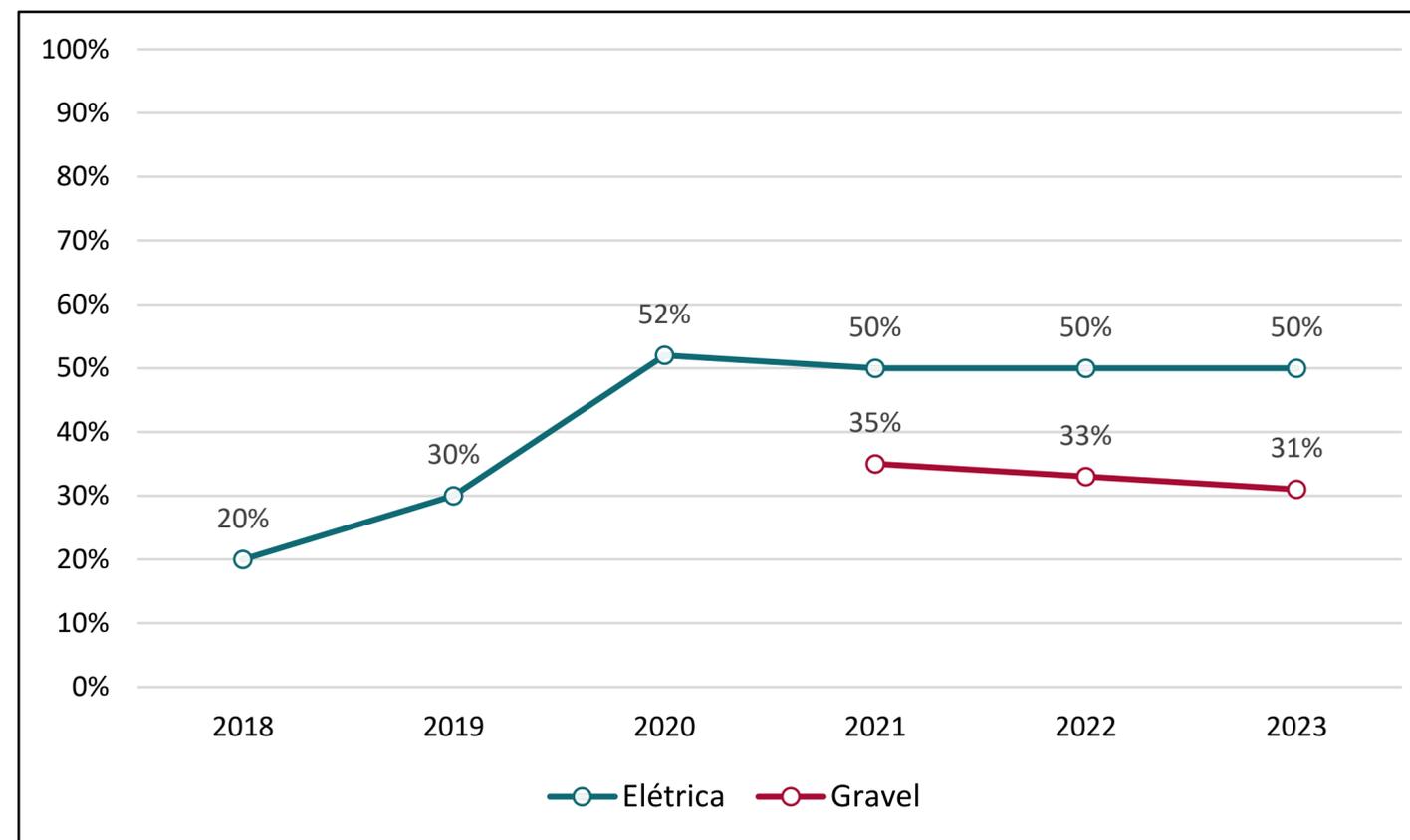


Figura 14: Proporção de lojas que comercializam bicicletas elétricas e gravel

Modelos de bicicletas ofertados

Quanto maior a faixa de faturamento das lojas, maior é a proporção de lojas que oferece os diversos modelos de bicicletas.

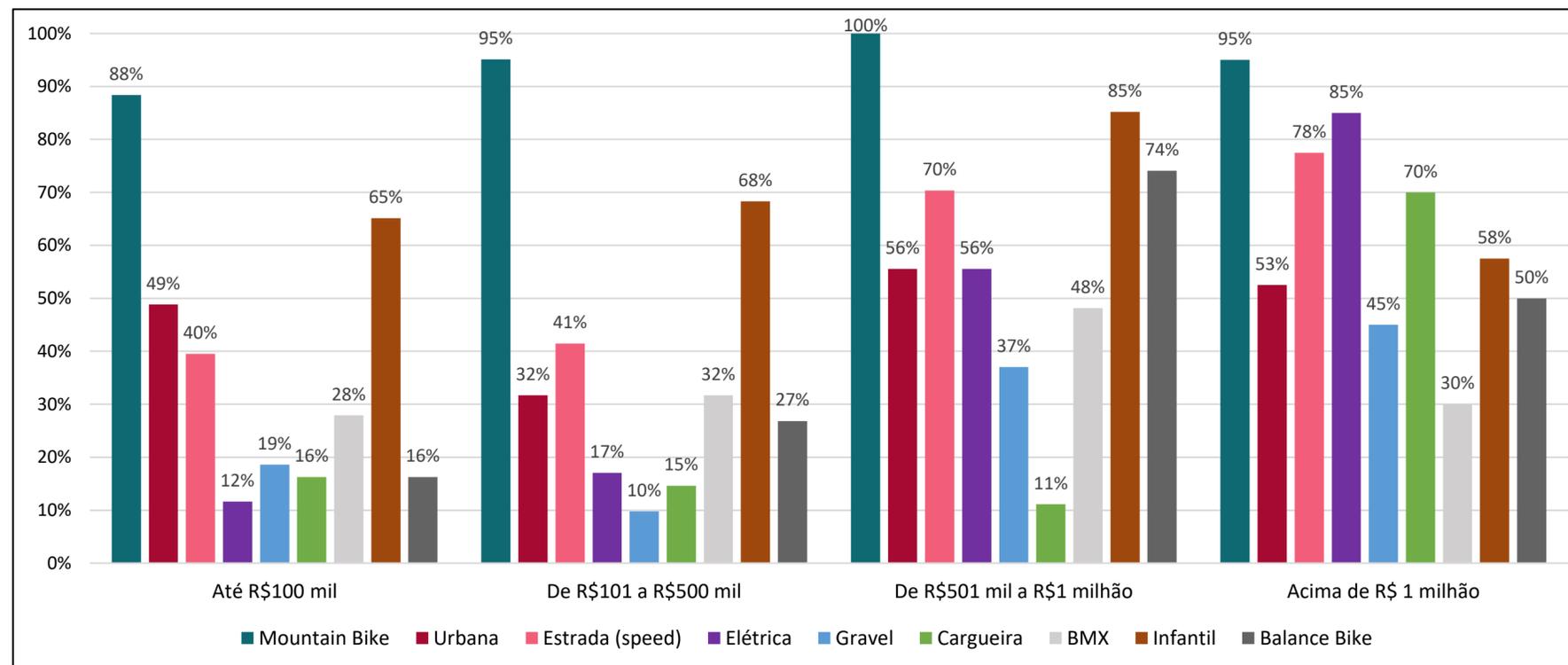


Figura 15: Modelos de bicicleta comercializadas por faixa de faturamento

Modelos de bicicletas ofertados

A MTB é o modelo que tem maior participação nas vendas e no faturamento da maior parte das lojas. O modelo infantil, segundo com maior presença, corresponde a quase 15% do faturamento dos estabelecimentos.

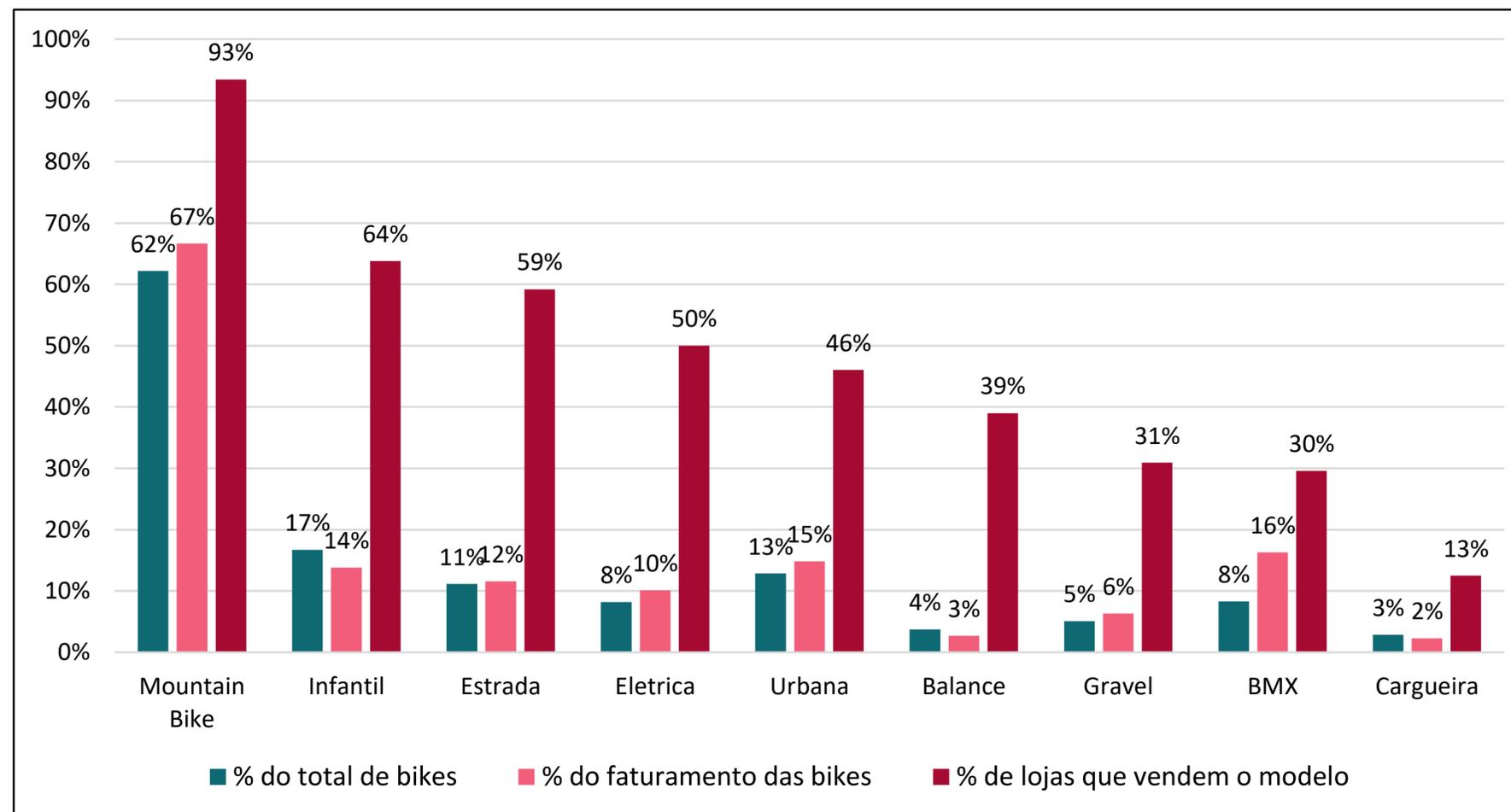


Figura 16: Participação dos principais modelos de bicicletas nas vendas e no faturamento

Mountain Bikes

Os modelos mais baratos tendem a ter uma representatividade maior no faturamento correspondente à venda de mountain bikes.

Vale destacar que modelos acima de R\$ 6 mil correspondem, em média a mais de um terço do faturamento relativo às MTBs.

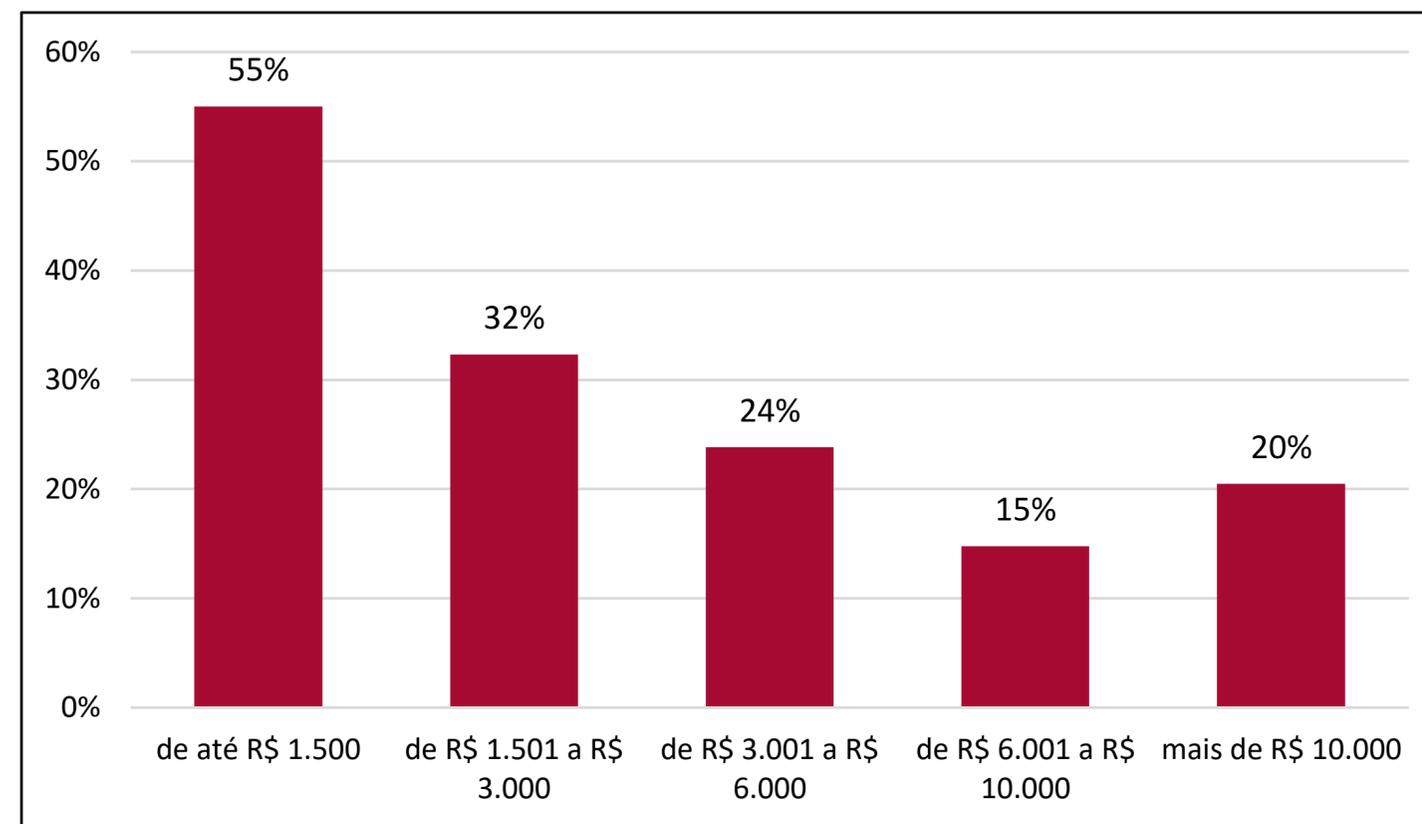


Figura 17: Participação média de cada faixa de preço no faturamento relativo às MTBs

Modelos de bicicletas elétricas ofertados

Entre as lojas que comercializam bicicletas elétricas, a Mountain Bike (e-MTB) também é a mais comum de ser ofertada pelas lojas (60%), seguida pela urbana (33%) e pelas de estrada (13%).

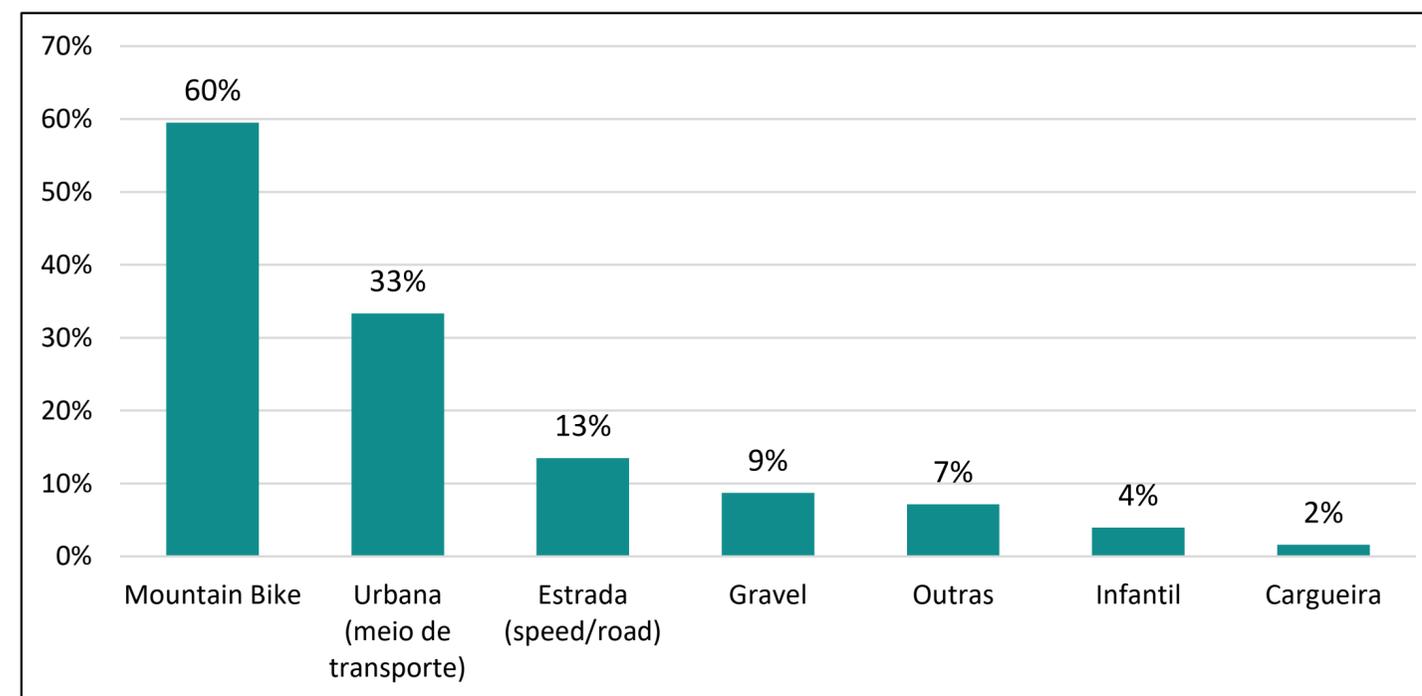


Figura 18: Modelos de bicicleta elétricas comercializadas nas lojas respondentes



Marcio Prado
Zoom Bike Park

No mountain bike, a bicicleta elétrica permite maior acesso à trilha, além de proporcionar uma atividade física saudável e a integração entre pessoas de diferentes níveis de condicionamento físico e motivação para o contato com a natureza.

Marcas de bicicleta

Proporção de lojas que citaram as marcas em primeiro e segundo lugar

Vale ressaltar que o percentual apresentado diz respeito às lojas que mencionaram aquelas marcas, mas não ao volume de vendas da marca

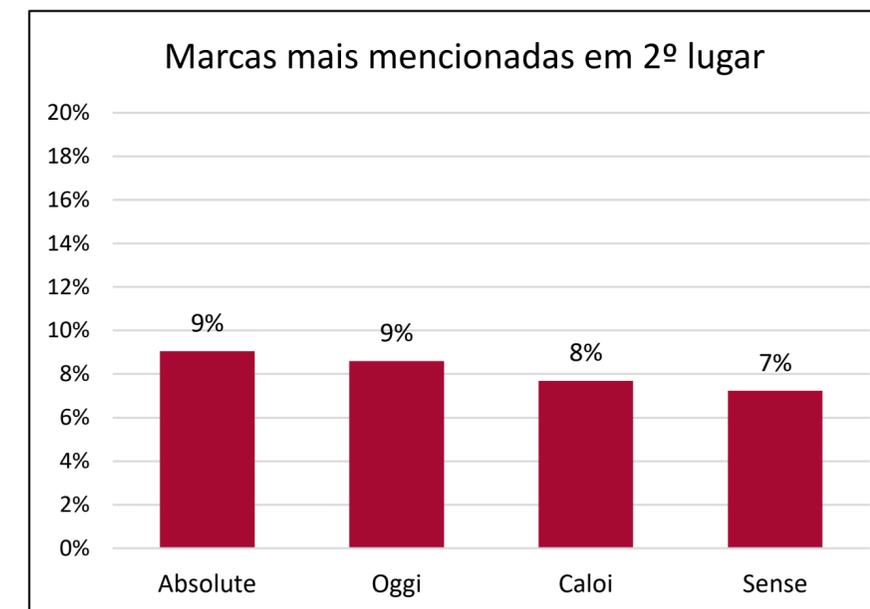
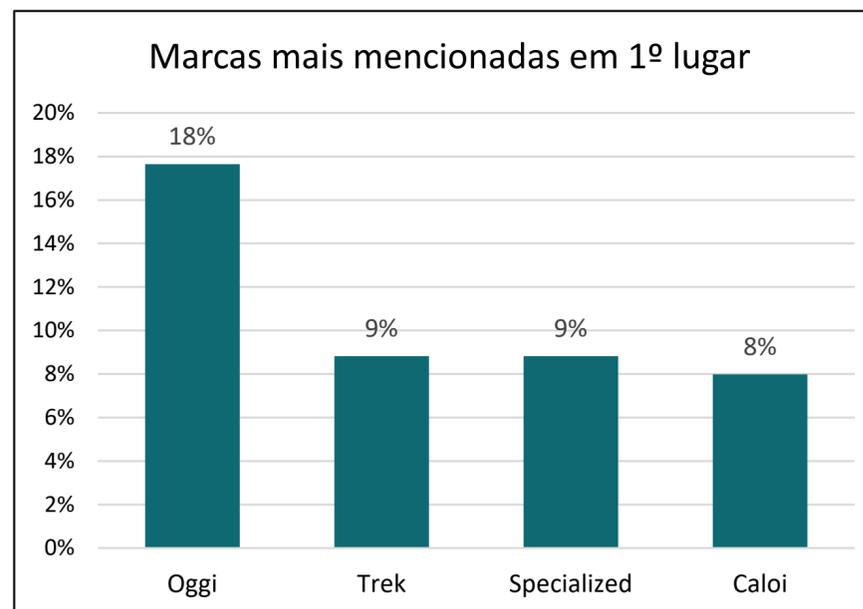


Figura 19a: Menção das marcas mais vendidas pelas lojas em primeiro e segundo lugar

Marcas de bicicleta

Mais de 100 marcas foram mencionadas pelos lojistas entre as 10 mais importantes para o faturamento de seu estabelecimento

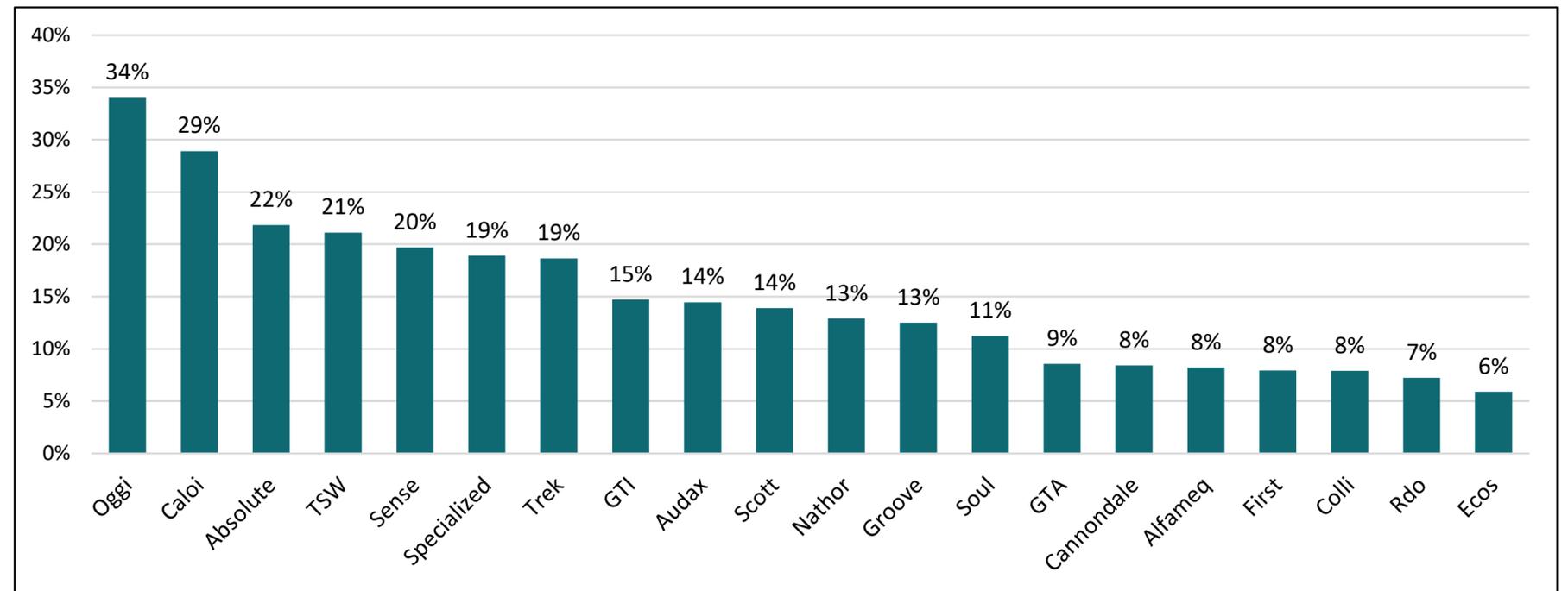
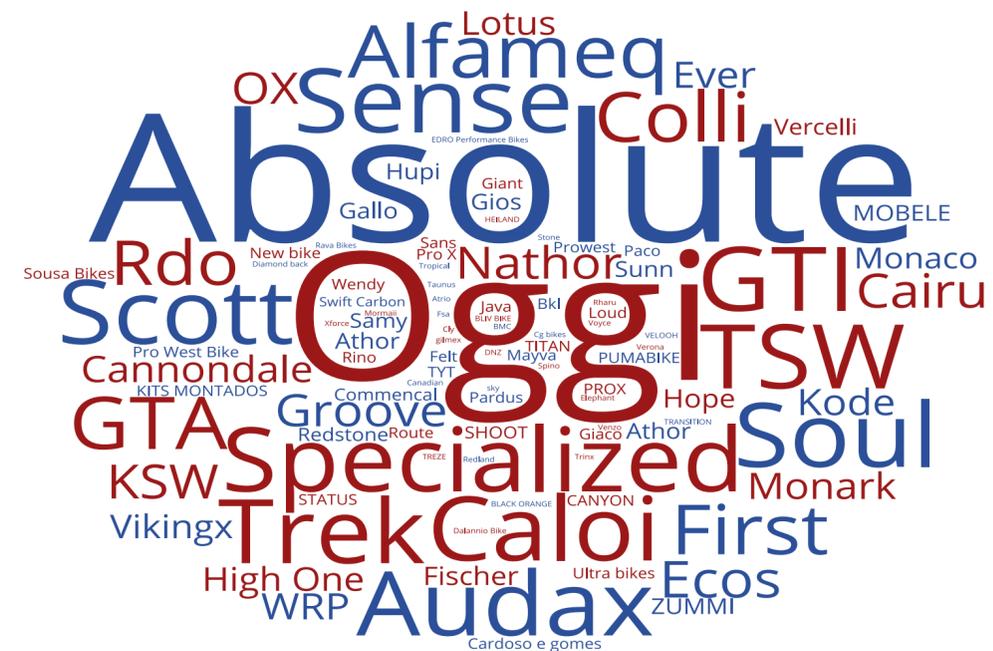


Figura 19a: Menção das marcas mais vendidas pelas lojas em primeiro e segundo lugar

Acessórios

Capacetes e dispositivos para iluminação são os acessórios mencionados como mais vendidos pelas lojas.

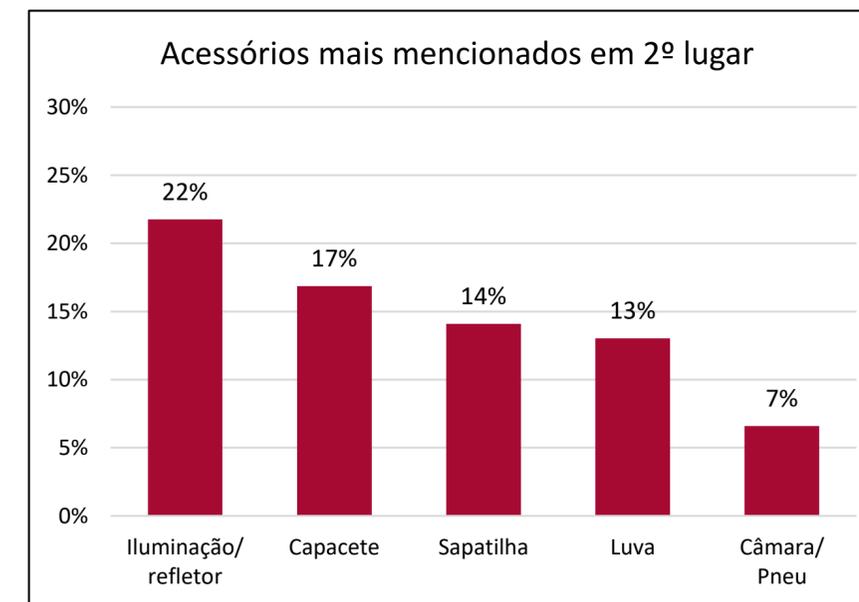
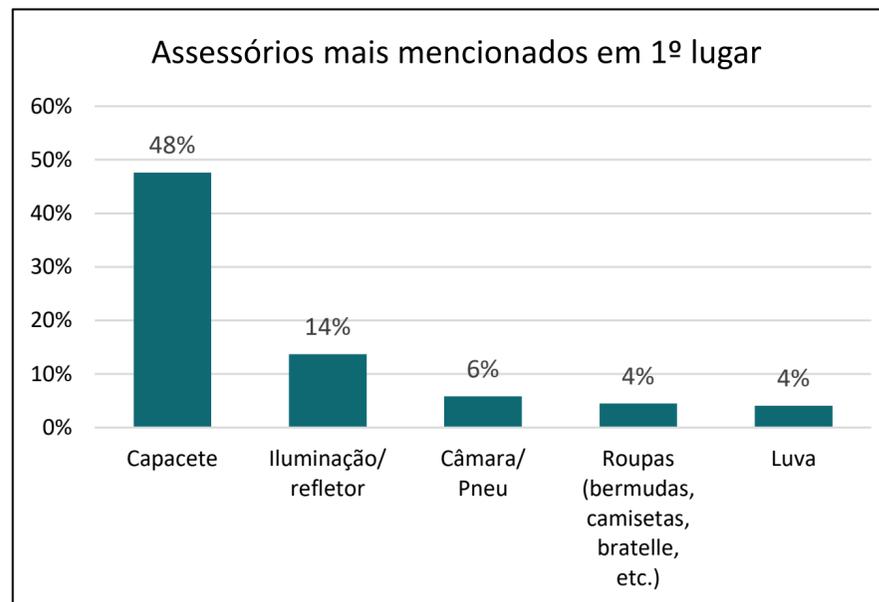


Figura 20a: Acessórios mencionados como mais vendidos (em quantidades) em 1º e 2º lugar

Acessórios

Ao todo, foram mencionados quase 50 tipos de acessórios diferentes pelas lojas

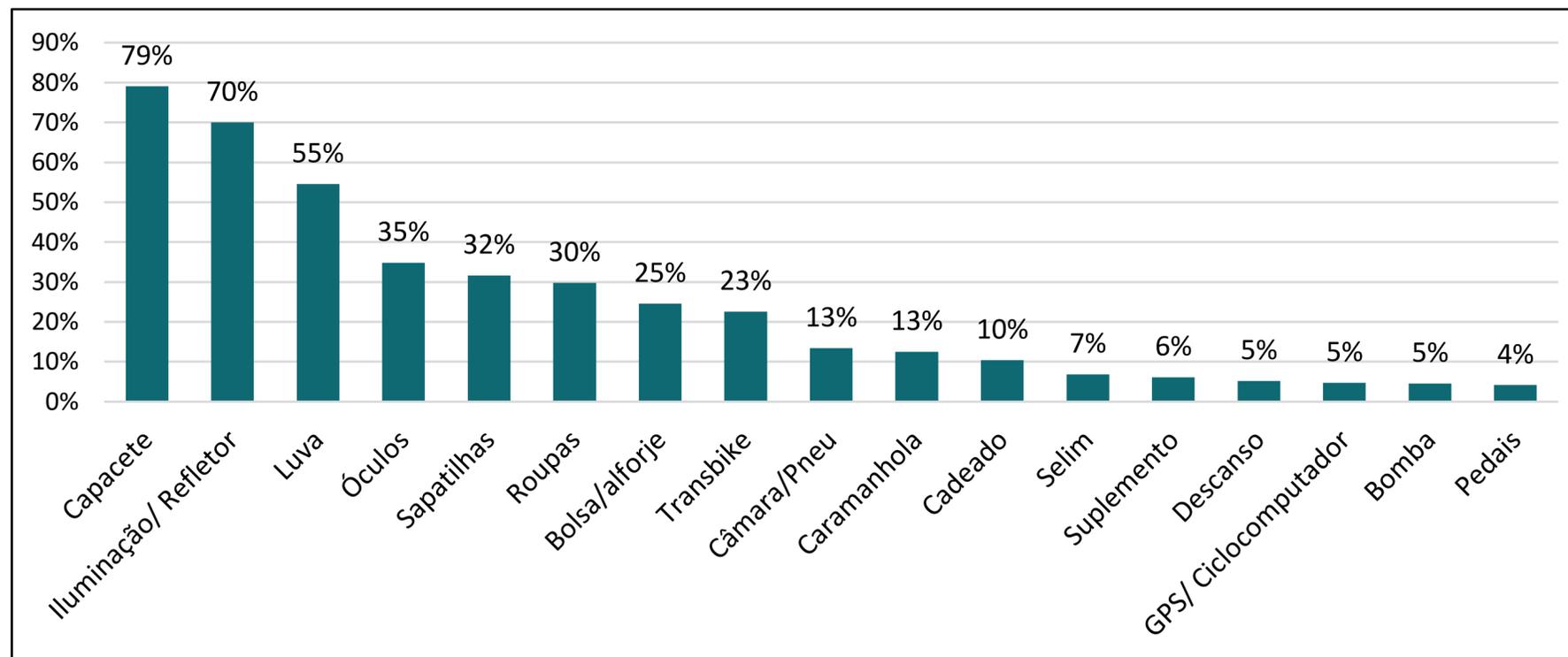


Figura 20b: Menção total dos cinco acessórios indicados como mais importantes para o faturamento da loja



Luiz Rica
HB Brasil



Os acessórios têm um papel importantíssimo para a composição de faturamento das lojas. Suas margens podem fazer a diferença no resultado.





Sérgio Manzutti
Polisport Brasil

O capacete é um item essencial. Os bike shops precisam ter bons capacetes para oferecer aos seus clientes. Temos muitas marcas novas entrando no mercado, mas é preciso ter atenção à qualidade e não oferecer qualquer casca de ovo pro cliente - ele é nosso maior patrimônio. Converse com os representantes e exija as certificações.

E-commerce

O comércio eletrônico, que cresceu sobretudo durante a pandemia, mantém uma curva ascendente.

A média de crescimento anual de lojas que praticam comércio eletrônico é de 7%.

Quanto maior o faturamento da loja, maior é a proporção de lojas que faz e-commerce.

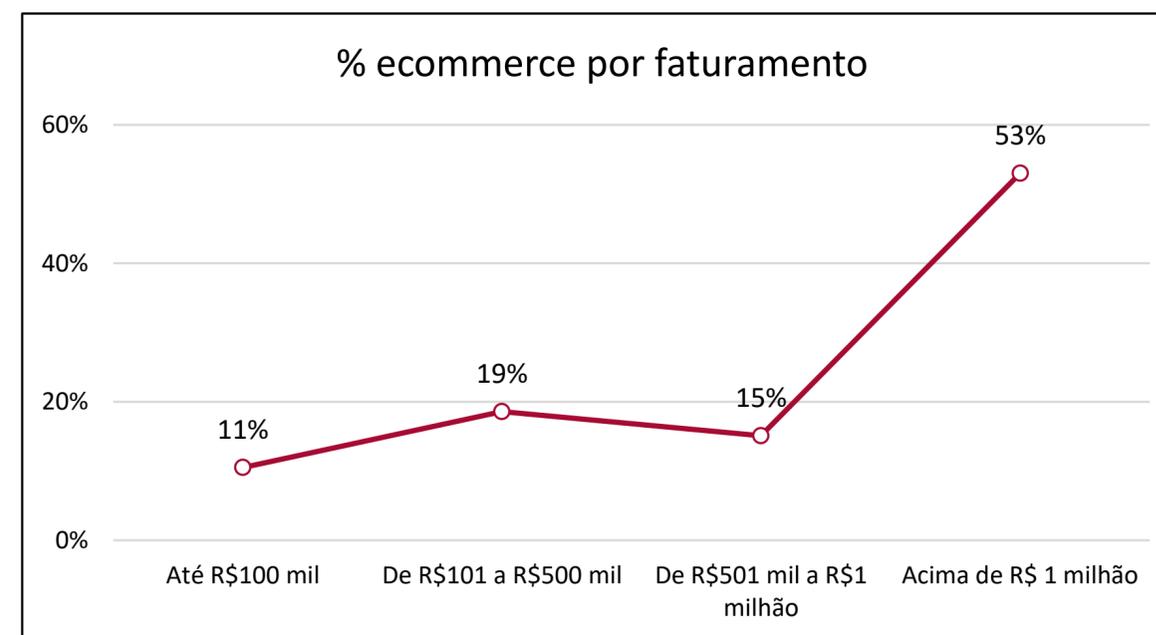
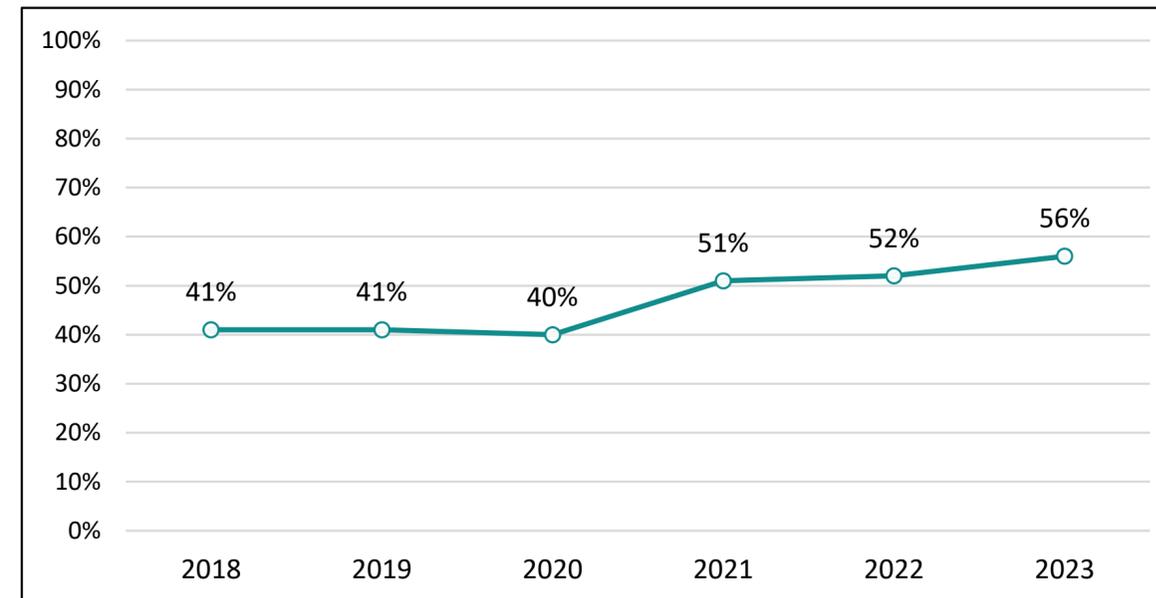


Figura 21: Lojas que comercializam via e-commerce

Entre os que fazem e-commerce, predomina o uso de plataformas já existentes, conhecidas como Marketplace com mais de 60% (se somarmos o uso exclusivo e conjunto com plataformas próprias).

Já entre aqueles que utilizam exclusivamente plataformas próprias cresceu de forma bastante significativa entre 2022 e 2023, de 23% para quase 40%.

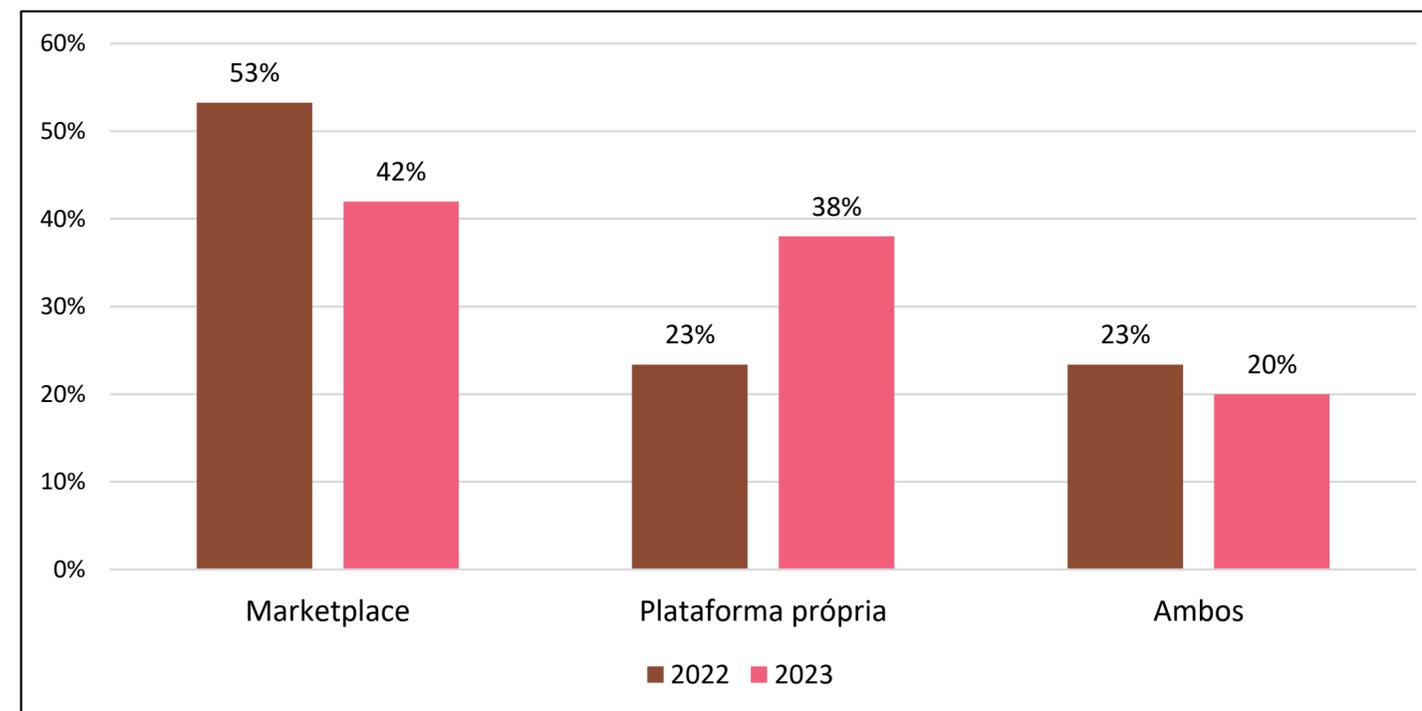


Figura 22: Lojas que já comercializam via e-commerce

Dentre as empresas que utilizam marketplace, o Mercado Livre continua sendo a plataforma de e-commerce mais utilizada, com 55% das menções, seguido por OLX (16%) e Magazine Luiza com (13%).

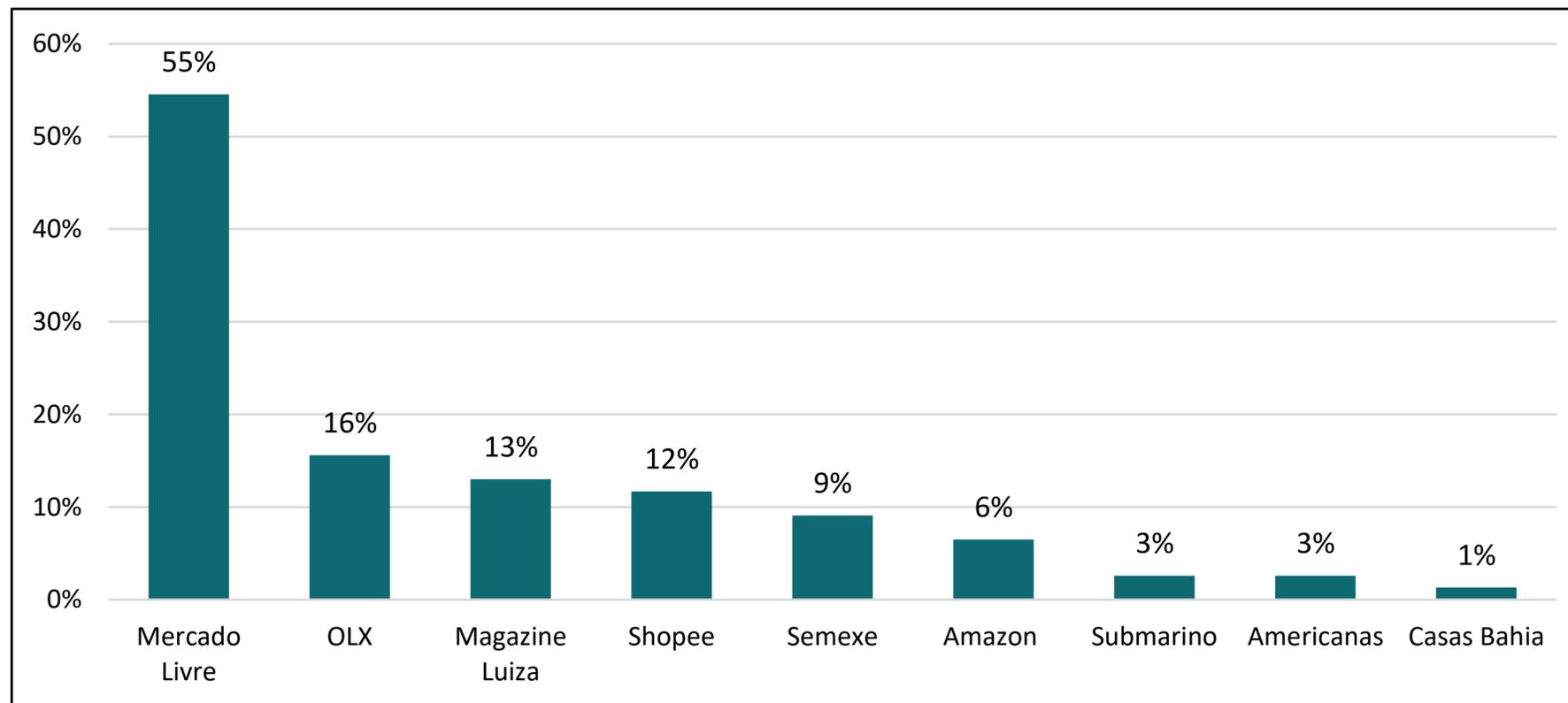


Figura 23: Plataformas de e-commerce utilizadas pelas lojas de bicicletas



Gabriel Novais
SeMexe

Nos anos anteriores muitos gestores de bike shops e marcas não conseguiram priorizar o digital por conta da altíssima demanda nas lojas. Em 2023 o cenário foi diferente. A importância do digital e dos marketplaces cresceu para apoiar a indústria a dar liquidez aos estoques e regularizar oferta e demanda.

Grupos de pedal

A maior parte das lojas segue apoiando grupos de pedal, seja organizando eventos (45%), divulgando (37%) ou doando materiais e produtos (30%). Apenas 22% não apoia nem organiza nenhum tipo de grupo de pedal.

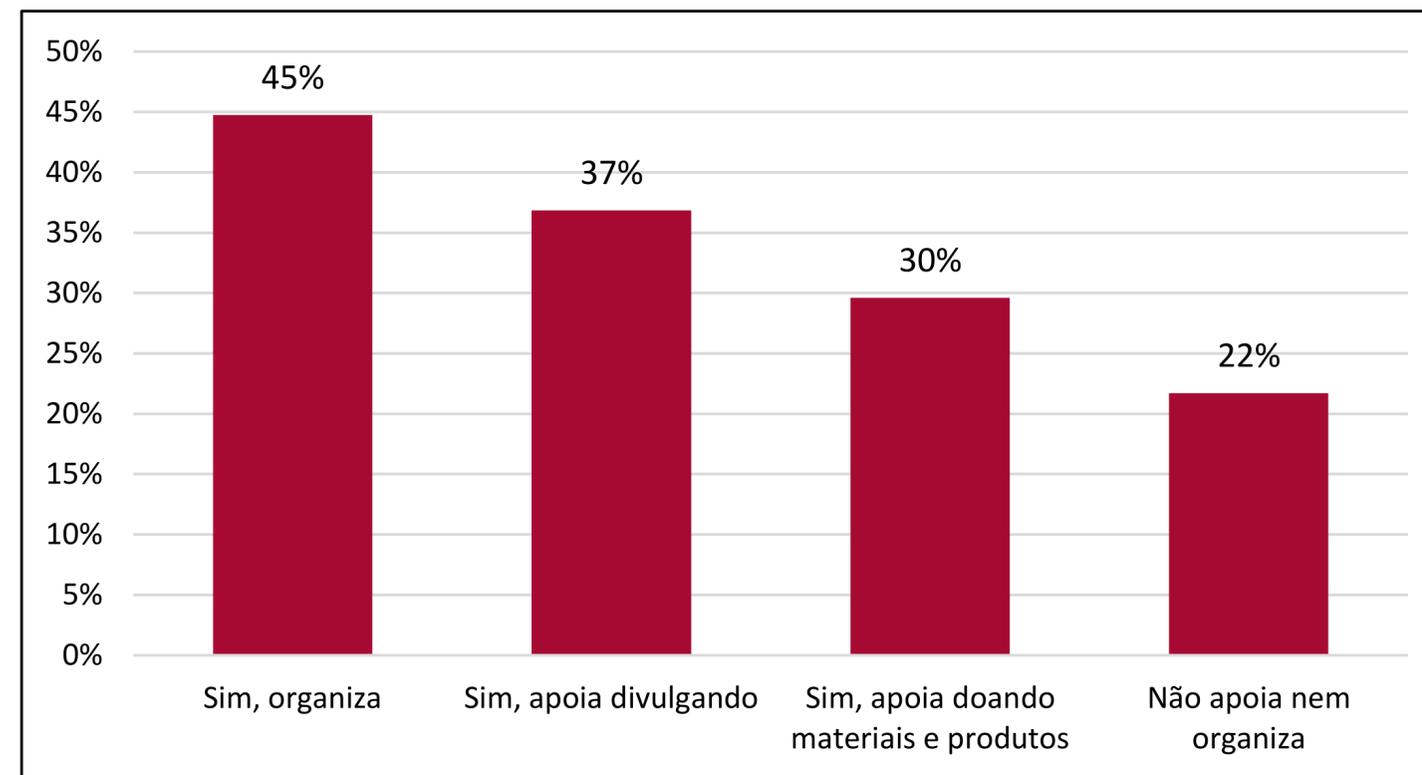


Figura 24: Sua loja apoia ou organiza grupos de pedal?

Ações de apoio

Entre as lojas que efetuam algum tipo ação de incentivo ao campo, a organização ou apoio de eventos, bem como o apoio a atletas é realizado por quase metade delas. Passeios e atividades de cicloturismo são mencionadas por 33% das lojas.

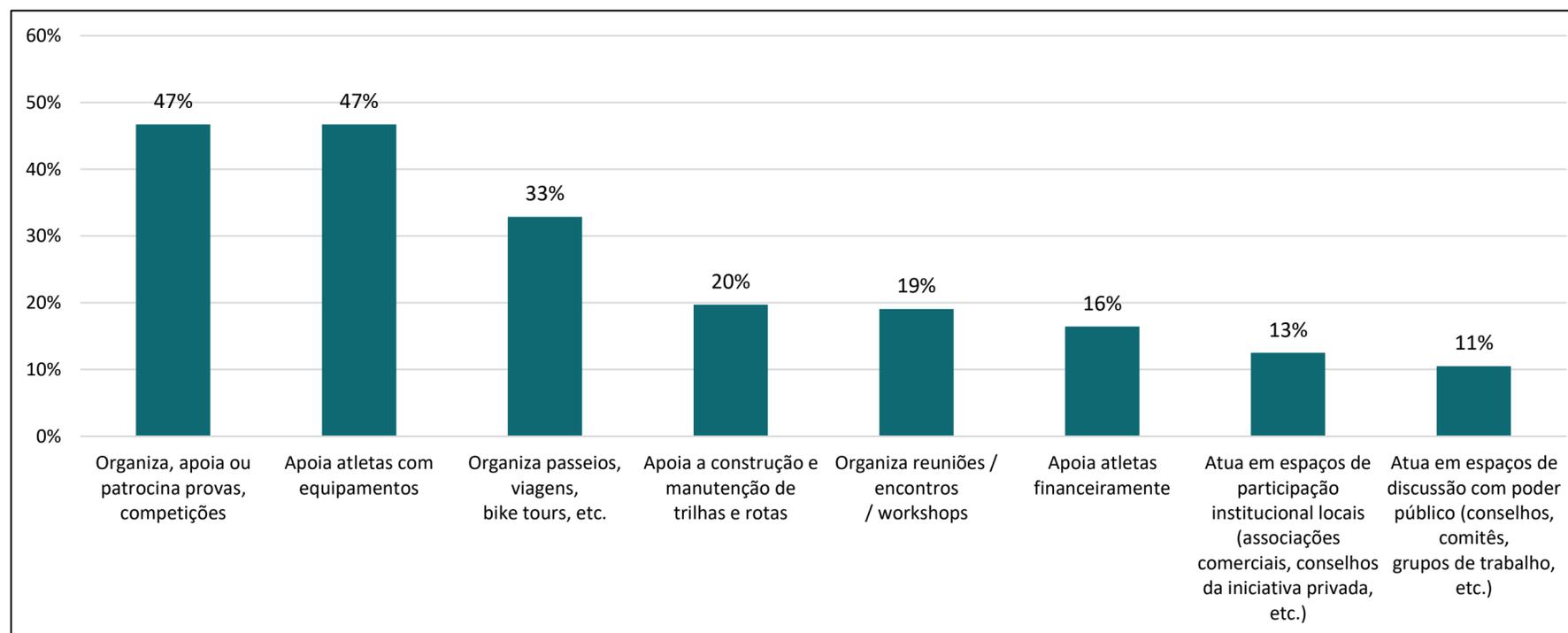


Figura 25: A sua loja tem atuação em eventos e ações?

Estratégias de divulgação das lojas

42% das lojas possuem alguma estratégia de divulgação. Destas, as plataformas online são a principal estratégia de divulgação da loja ou dos produtos, seguida do investimento em criadores de conteúdo. Quando observamos a segunda opção mais mencionada, depois das plataformas, identificamos a importância dos grupos de pedal.

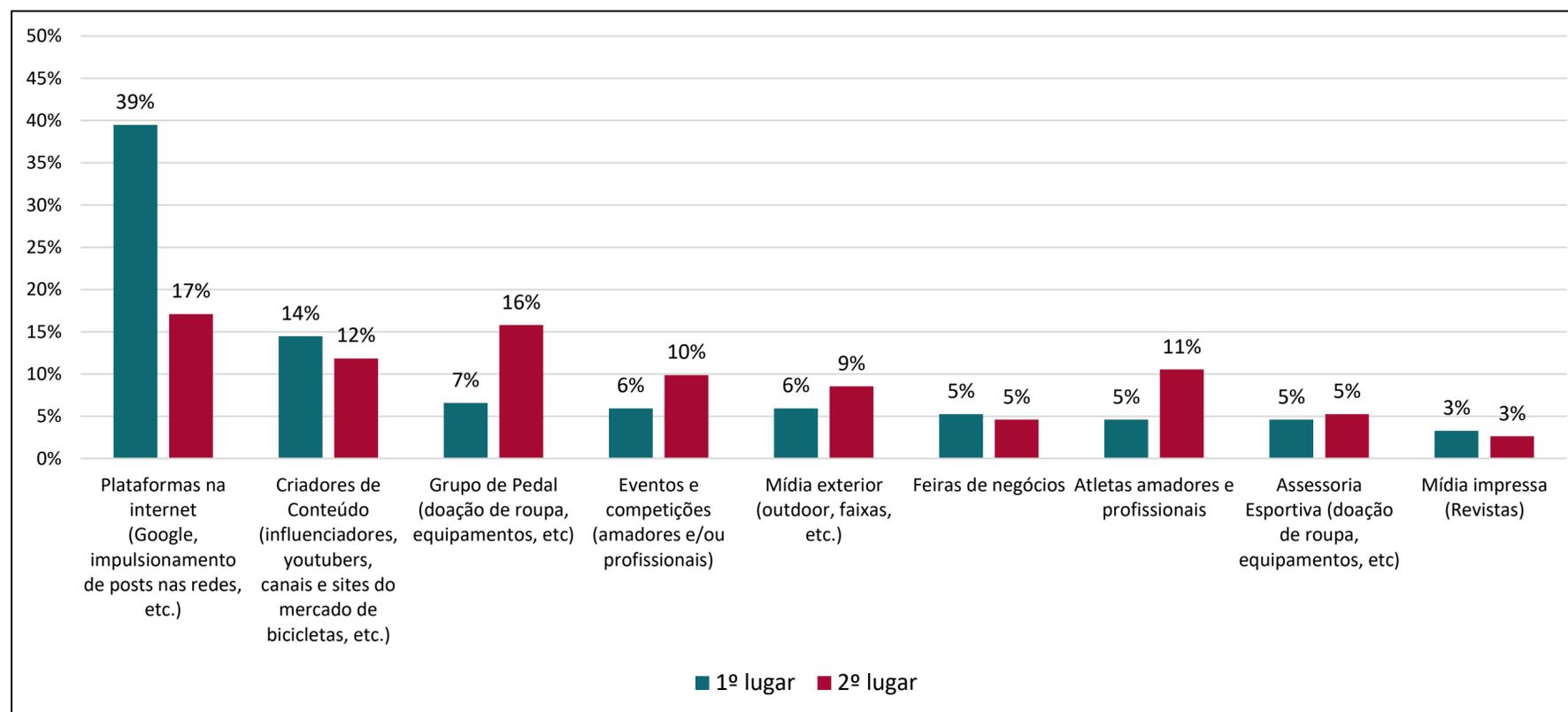


Figura 26a: Por ordem de importância, selecione as estratégias e ações para a divulgação da loja e/ou dos produtos e serviços utilizadas em 2023

Dentre as lojas que possuem estratégias de divulgação, plataformas online e grupos de pedal são as mais citadas

Apesar da importância das plataformas e grupos de pedal, vale ressaltar que 70% ou mais das lojas tem como estratégia de divulgação o investimento em eventos e competições e em criadores de conteúdo para impulsionar os negócios.

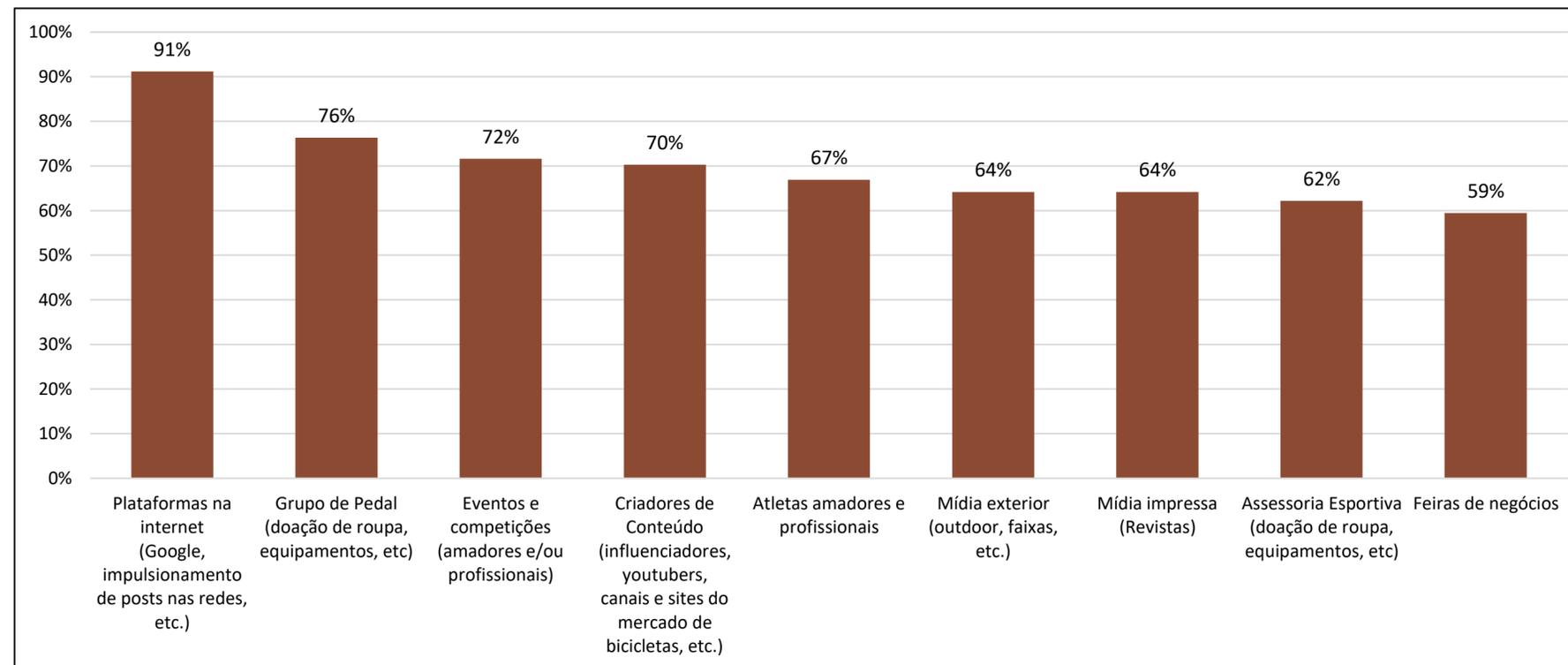


Figura 26b: Total de menções considerando todas as estratégias de divulgação citadas pelas lojas

Percepções em relação ao ano de 2024

Embora haja um pessimismo em relação à situação econômica do país, os lojistas são otimistas em relação à situação econômica de suas lojas. Quase metade deles acreditam que sua loja irá melhorar de situação em 2024, e um quarto acha que a loja irá piorar. Apesar desta percepção, menos de 30% deles acreditam que irão investir na ampliação do estabelecimento neste ano.

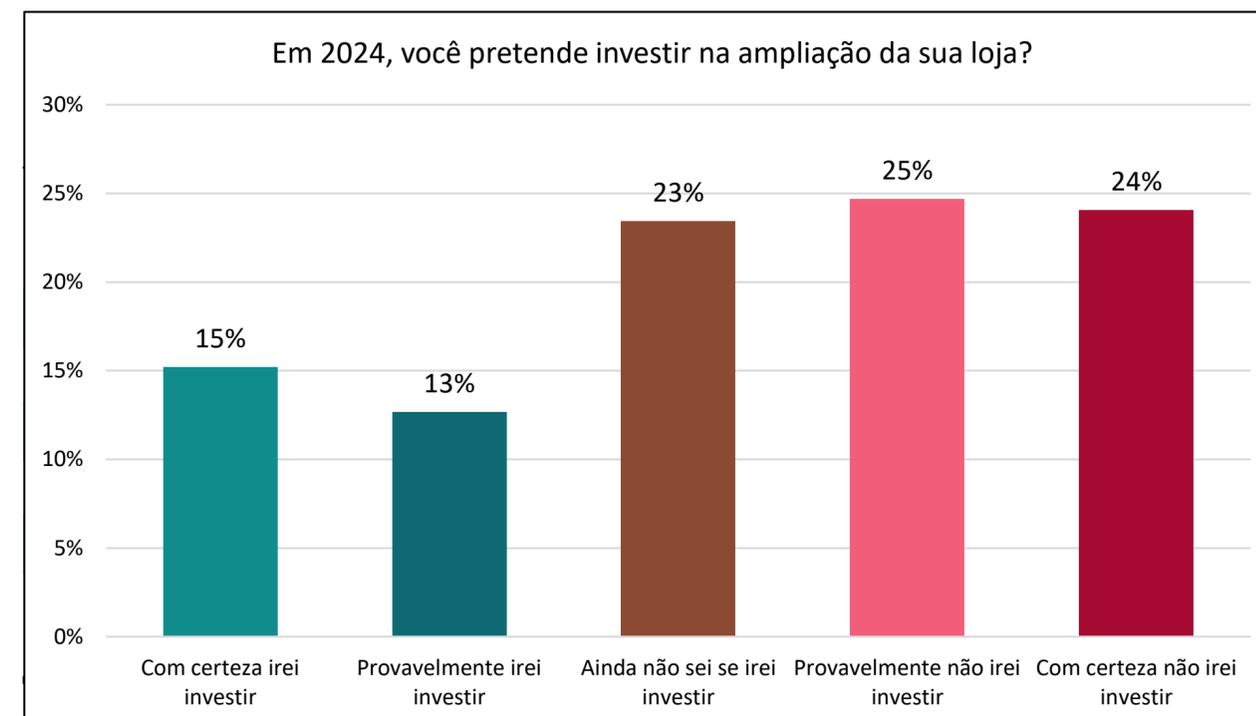
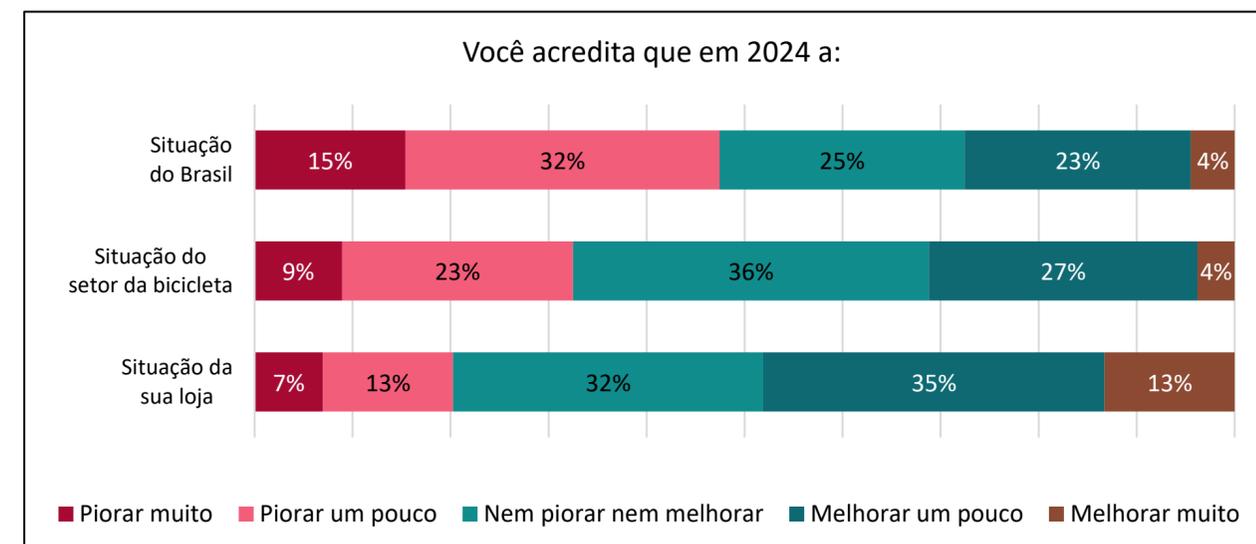
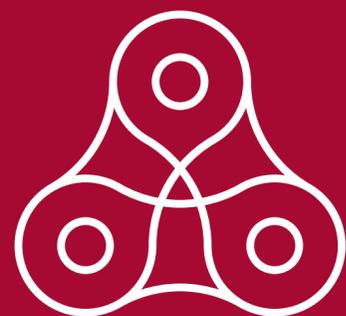


Figura 27: Percepção dos lojistas em relação ao ano de 2024





ALIANÇABIKE

Associação Brasileira do Setor de Bicycletas



[/AliancaBikeOficial](#)



[@aliancabike](#)



[/aliancabike](#)



[@BicicletaNews](#)



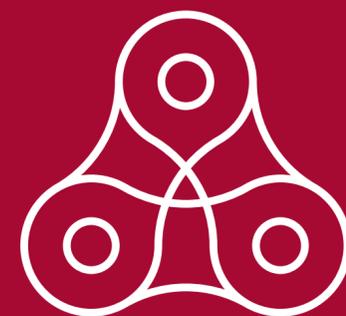
[\(11\) 97114 0140](tel:(11)971140140)



www.aliancabike.org.br



contato@aliancabike.org.br



ALIANÇA BIKE

Associação Brasileira do Setor de Bicycletas

ISBN 978-65-999870-2-1