

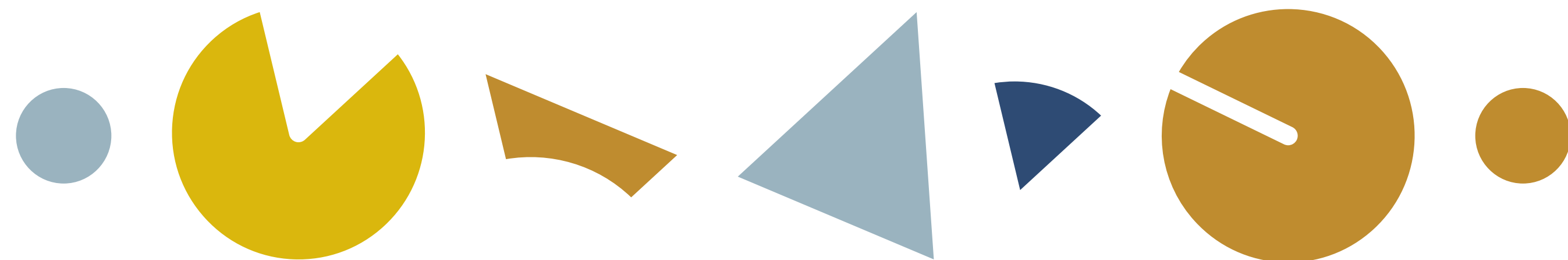


# Pesquisa anual de comércio varejista



2022





Dezembro 2022



Coordenação Geral:

**Daniel Guth**

Conteúdo:

**Victor Callil**

**Daniela Costanzo**

Conselho Deliberativo da Aliança Bike

**Giancarlo Clini (Presidente)**

**Rodrigo Coelho (Vice-Presidente)**

**André Ribeiro (Vice-Presidente)**

Coordenação Comunicação

**Giuliana Pompeu**

Apoio

**Marina Lagareiro**

**Eleno Martins**

Identidade Visual:

**Michel Will**

# 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. Por conta da pandemia de Covid-19, desde a edição de 2020 a pesquisa é realizada de forma virtual através de questionário (survey) enviado diretamente aos lojistas. Este ano tivemos uma amostra importante, com respostas de 320 lojistas de todo o país.

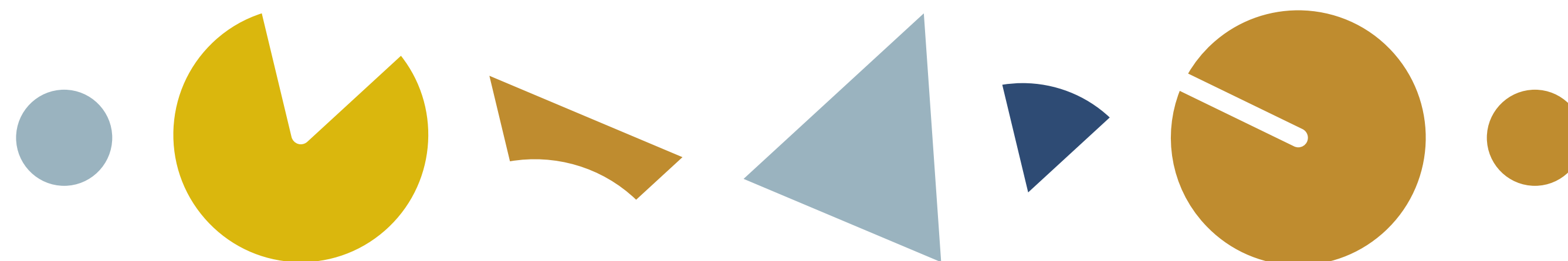
Além da Pesquisa Anual, incluímos os dados secundários da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais) referentes ao comércio varejista de bicycletas e reparação de bicycletas, compondo um cenário bastante completo sobre essa atividade do nosso mercado.

Os resultados dos dois levantamentos reforçam a importância das lojas de bicycletas 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 indicativos importantes do que está acontecendo com esse mercado.

### **Aliança Bike - Associação Brasileira do Setor de Bicicletas**



# Resumo executivo (Survey)



Pesquisa  
anual de  
comércio  
varejista

- **95%** das lojas estão **enquadradas no regime Simples Nacional**.
- **79%** estão **registradas na CNAE 47.63-6-03** (Comércio varejista de bicicletas e triciclos, peças e acessórios).
- **72%** dos **funcionários** são **contratados em regime formal (CLT)**.
- **40%** das lojas **vendeu até 50 bicicletas** em 2021.
- **51%** das lojas tem **até 5 anos de idade**.
- **43%** das lojas **faturou até R\$100 mil** em 2021.
- **Quanto maior a idade** da loja, **maior seu faturamento médio**.
- O **serviço de mecânica e revisão** já representa **35%** do **faturamento** das lojas.

# Resumo executivo (Survey)



Pesquisa  
anual de  
comércio  
varejista

- A **mountain bike** continua sendo o **modelo mais ofertado** nas lojas.
- A oferta do **modelo balance bike cresceu** e chegou em **52%** das lojas.
- **77%** das **bicicletas vendidas** custam em **média até R\$ 3 mil**.
- **52%** das lojas **vende na internet (e-commerce)** e quanto **maior o faturamento**, maior a **proporção de lojas com e-commerce**.
- **53%** das lojas **que vendem na internet** utilizam **plataformas já existentes** (marketplace).
- **Maior parte das lojas apoia grupos de pedal** ou **intervenções e eventos** no entorno da loja.

# Resumo executivo (RAIS)



Pesquisa  
anual de  
comércio  
varejista

- O **número de estabelecimentos** vem **crescendo**.
- O volume de **vínculos formais** no mercado vem **crescendo**.
- **Sudeste e nordeste** concentram estabelecimentos e vínculos.
- As **melhores remunerações** estão no **sul e no centro-oeste**.
- Os **trabalhadores formais** do setor são em grande maioria **homens, com até 39 anos e ensino médio completo**.
- A **remuneração relativa** apresentou **queda expressiva** entre 2017 e 2021, com **cenário de recuperação** entre 2020 e 2021.
- O saldo de **produção de vínculos formais foi bem** em 2020 se **comparado a 2021**.
- Os **estados que mais produziram vínculos formais** foram **São Paulo e Minas Gerais**.



# Índice

Pesquisa anual de comércio varejista 2022.....	10
• Metodologia.....	11
• Resultados.....	13
RAIS.....	44
• Metodologia.....	45
• Estabelecimentos.....	47
• Vínculos.....	56



# Pesquisa anual de comércio varejista

Edição 2022



# Metodologia do Survey

**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 19 e outubro e 23 de novembro de 2022.

**Número de respondentes:** 320 lojistas, localizados em 27 estados diferentes.

O intervalo de confiança é de 95% e margem de erro é de 5,1%.

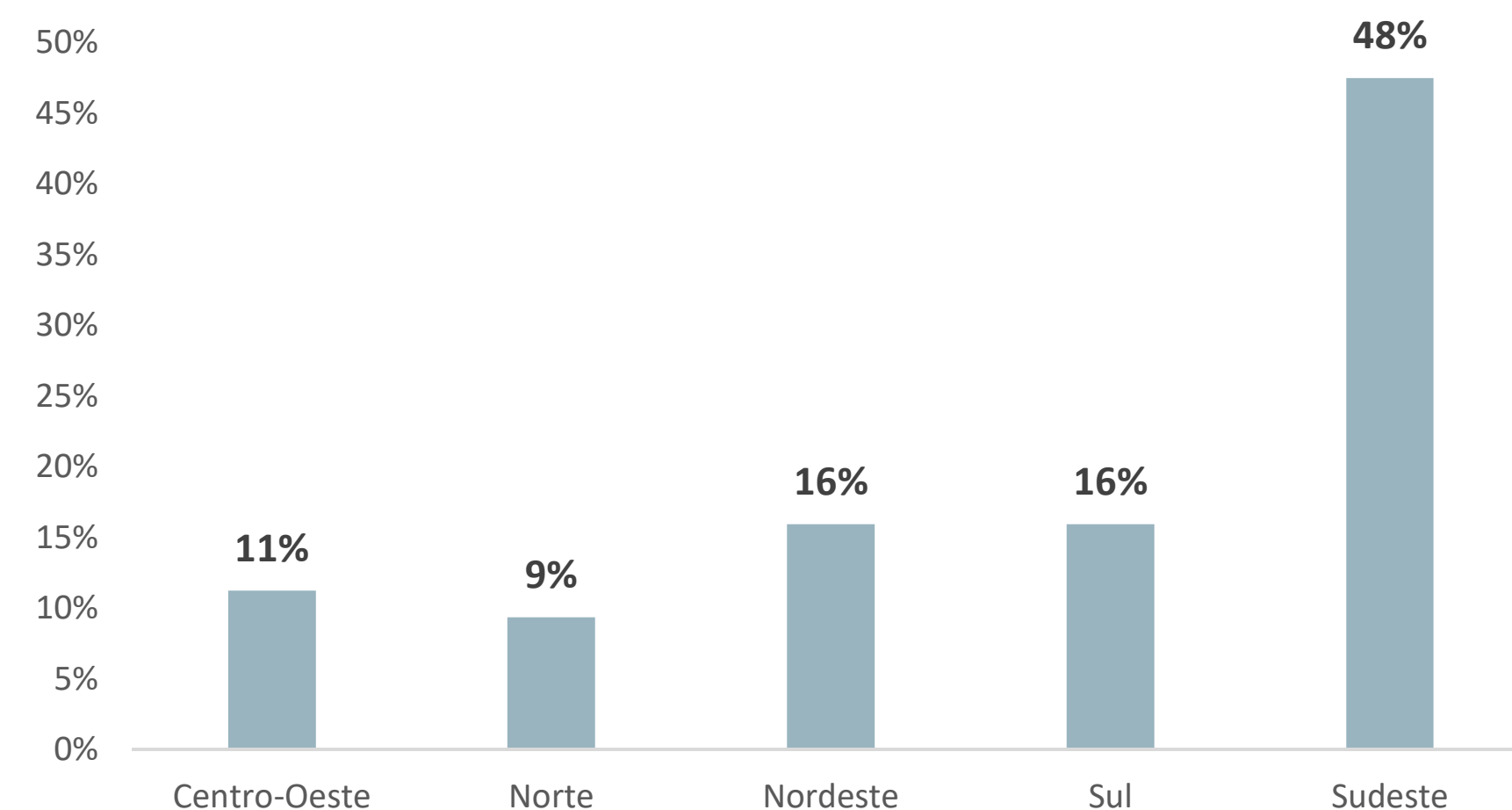
**Localização dos respondentes:** quase metade (48%) das lojas de bicicletas que responderam a pesquisa se encontram na região sudeste, sendo São Paulo o estado com maior número de respondentes (97). Em relação à pesquisa anterior, as regiões de Cen-



tro-Oeste, Norte e Nordeste aumentaram suas participações.

**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, reponderemos 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 contou com um desenho amostral (cotas por grandes regiões) e uma amostragem (busca ativa) diferente dos anos anteriores. Ampliou-se a representatividade de regiões como o norte e nordeste na amostra (respeitando o universo de lojas estabelecidos pela RAIS). Essas alterações metodológicas, que resultam na ampliação da representatividade do setor dos dados aqui expostos, podem suscitar diferenças analíticas em relação a tendências observadas em anos anteriores.



**Lojistas respondentes por região**

# Resultados

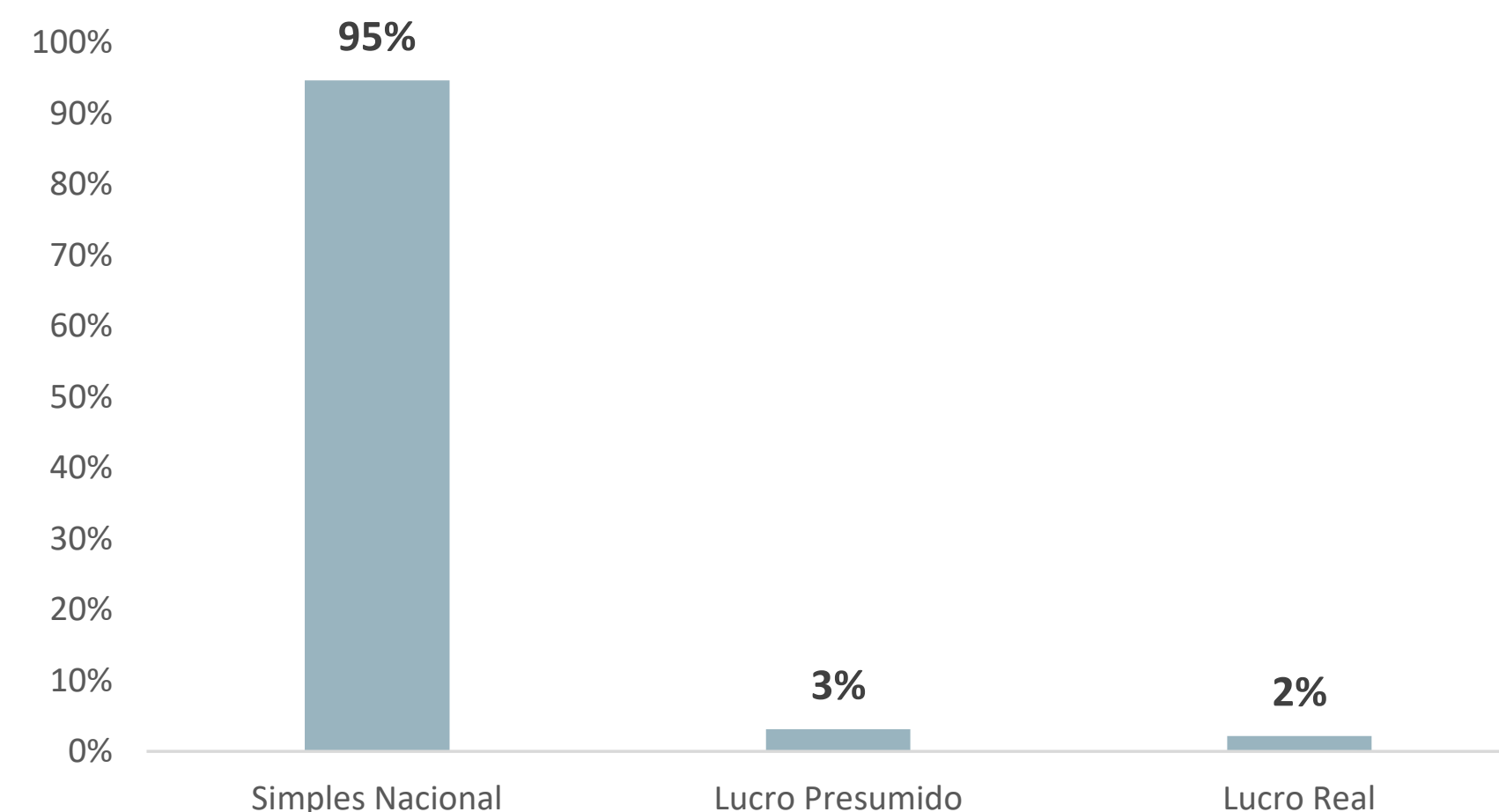


# Perfil típico de uma loja de bicicletas no Brasil



# Enquadramento fiscal das lojas de bicicletas

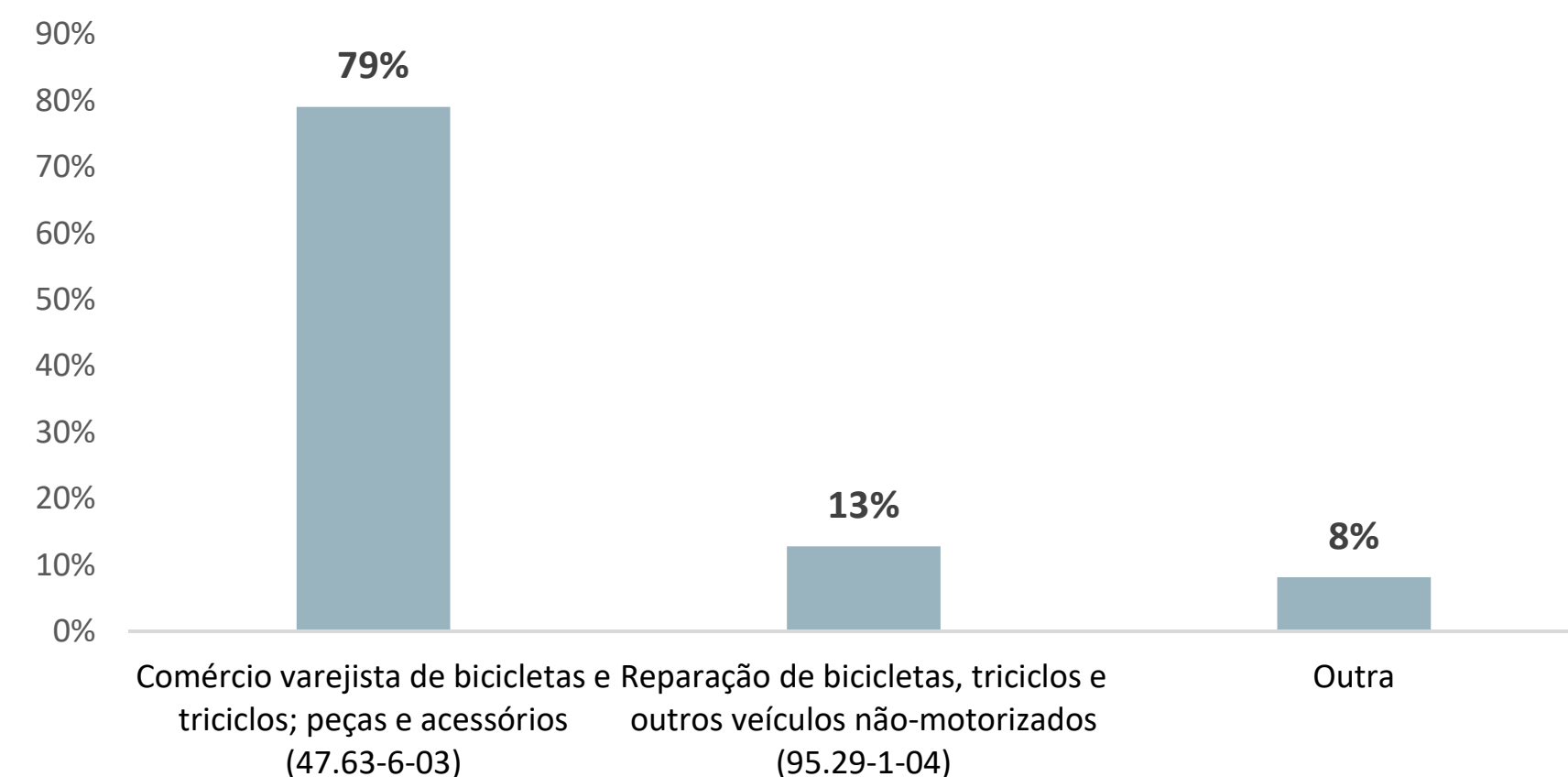
A grande maioria das lojas está enquadrada no regime tributário do Simples Nacional (95%). No ano passado, essa proporção era de 88%. Essa diferença pode ser explicada pela amostra deste ano, que incluiu mais lojas novas e pequenas, em mais regiões do país.



# Atividades econômicas das lojas de bicicletas

## Atividade econômica declarada:

Quanto à atividade econômica, predomina a CNAE 47.63-6-03 (Comércio varejista de bicicletas e triciclos, peças e acessórios), com 79% dos estabelecimentos, seguido de reparação de bicicletas, triciclos e outros veículos não-motorizados (13%) e outras (8%).

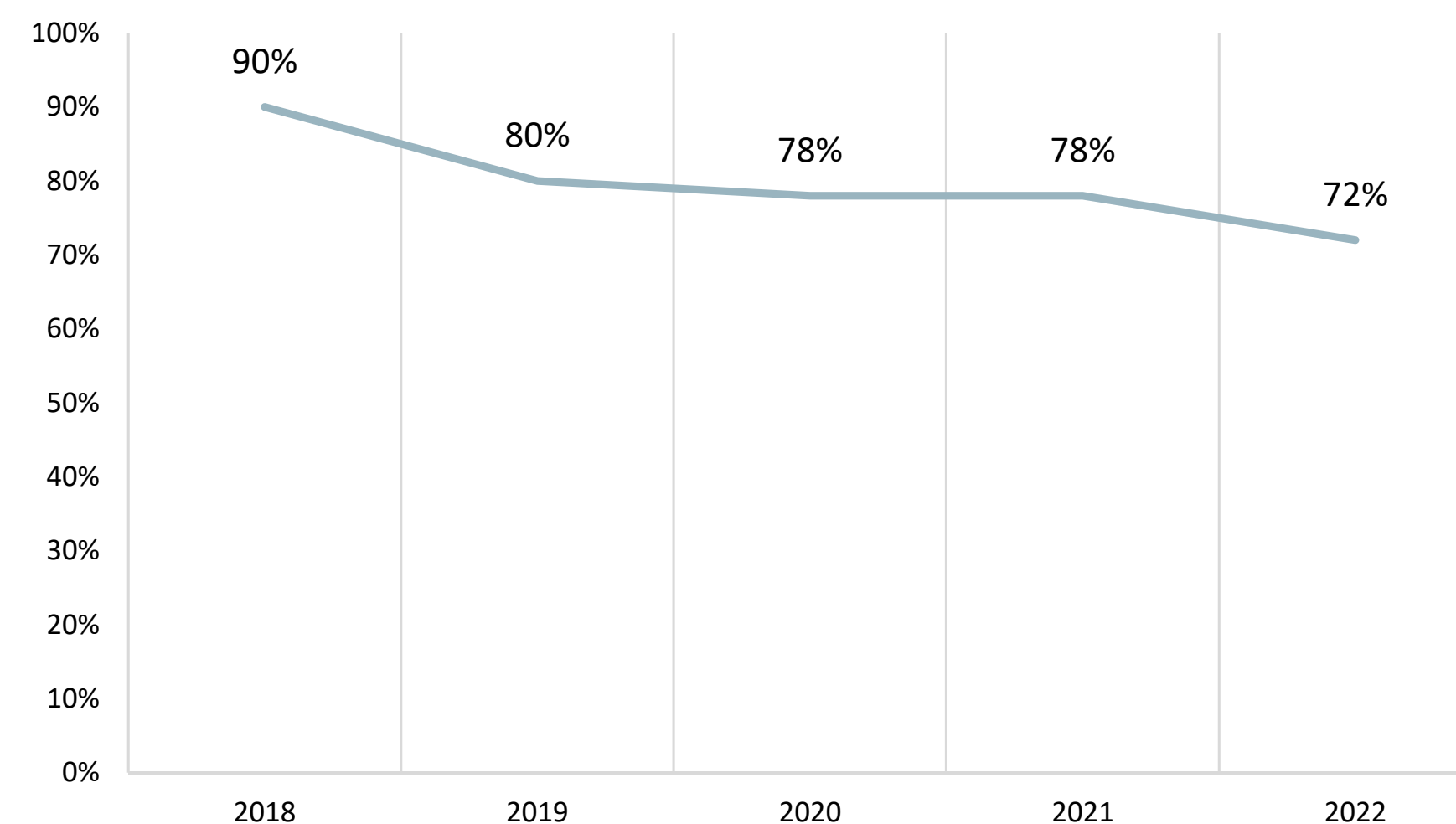




# Funcionários

As lojas de bicicletas respondentes têm, em média, quatro funcionários, sendo que a maioria (72%) 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, 5% ao ano, a maior queda se deu entre 2018 e 2019, quando foi de 90% para 80%.

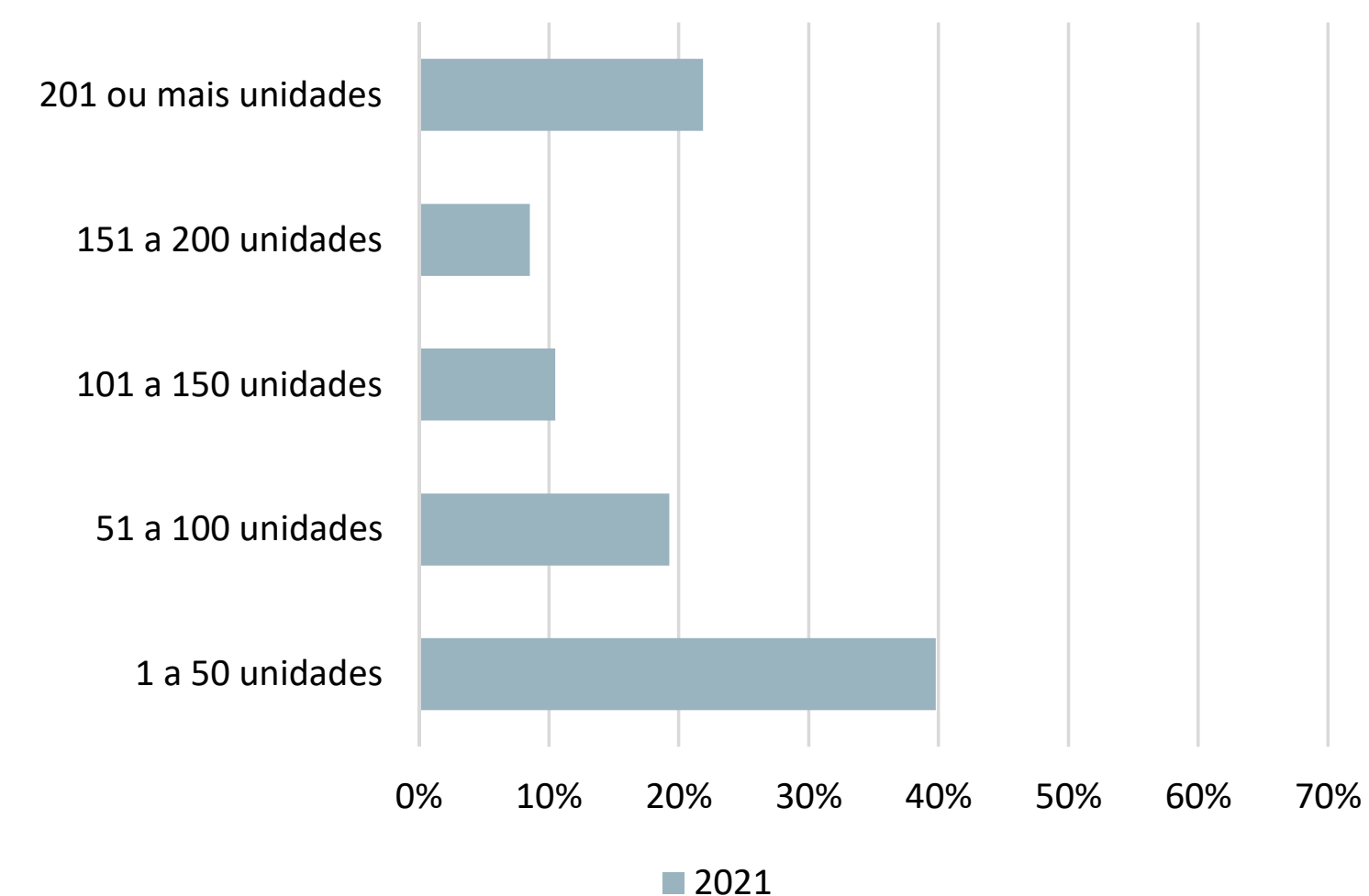
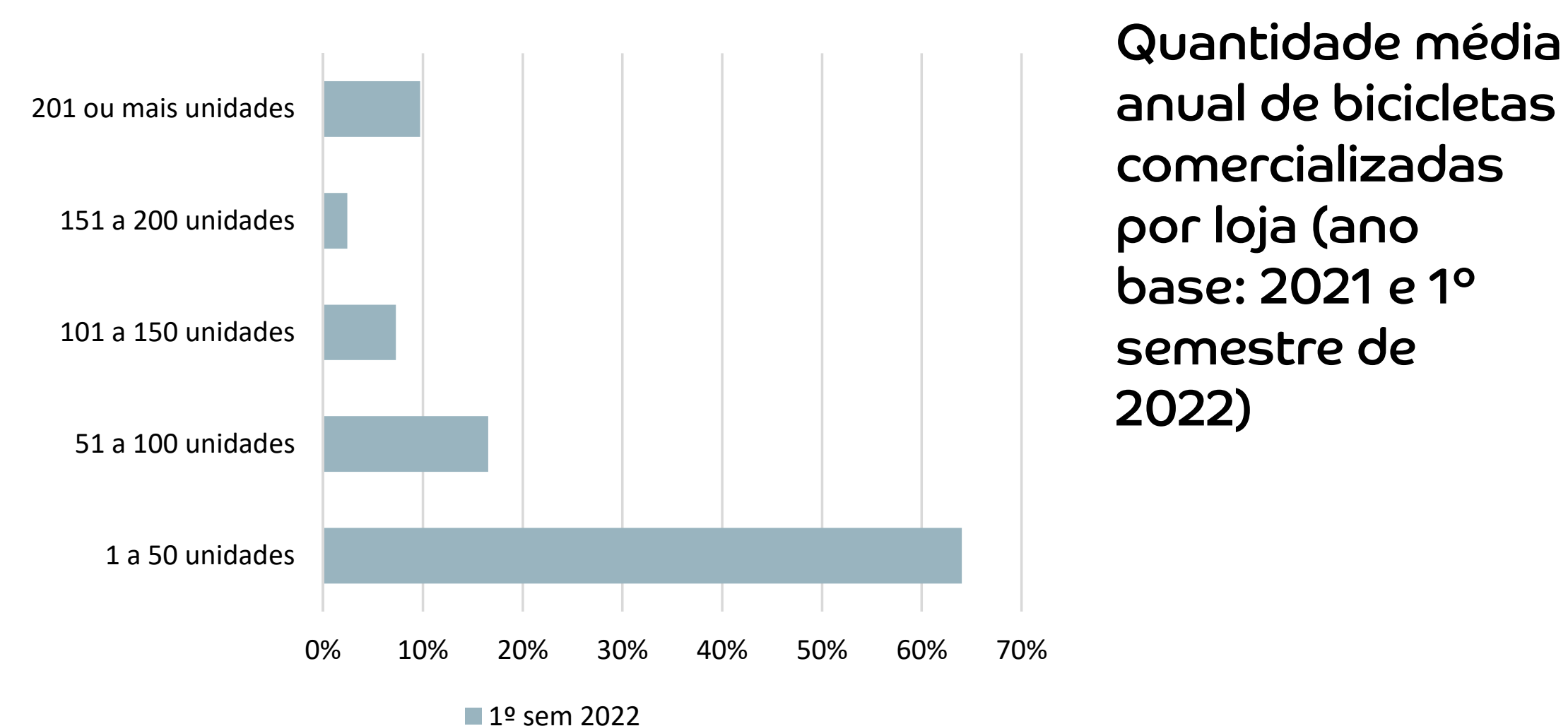


**Índice de funcionários com carteira assinada (CLT) nas lojas de bicicletas, 2018-2022**

# Quantidade de bicicletas comercializadas

Quase 60% das lojas respondentes venderam, em 2021, até 100 bicicletas por ano. Mais de 20% vendeu 201 ou mais unidades, sendo que apenas 3% vendeu mais de mil bicicletas em 2021.

No primeiro semestre de 2022, mais de 60% das lojas já tinham vendido até 50 bicicletas.

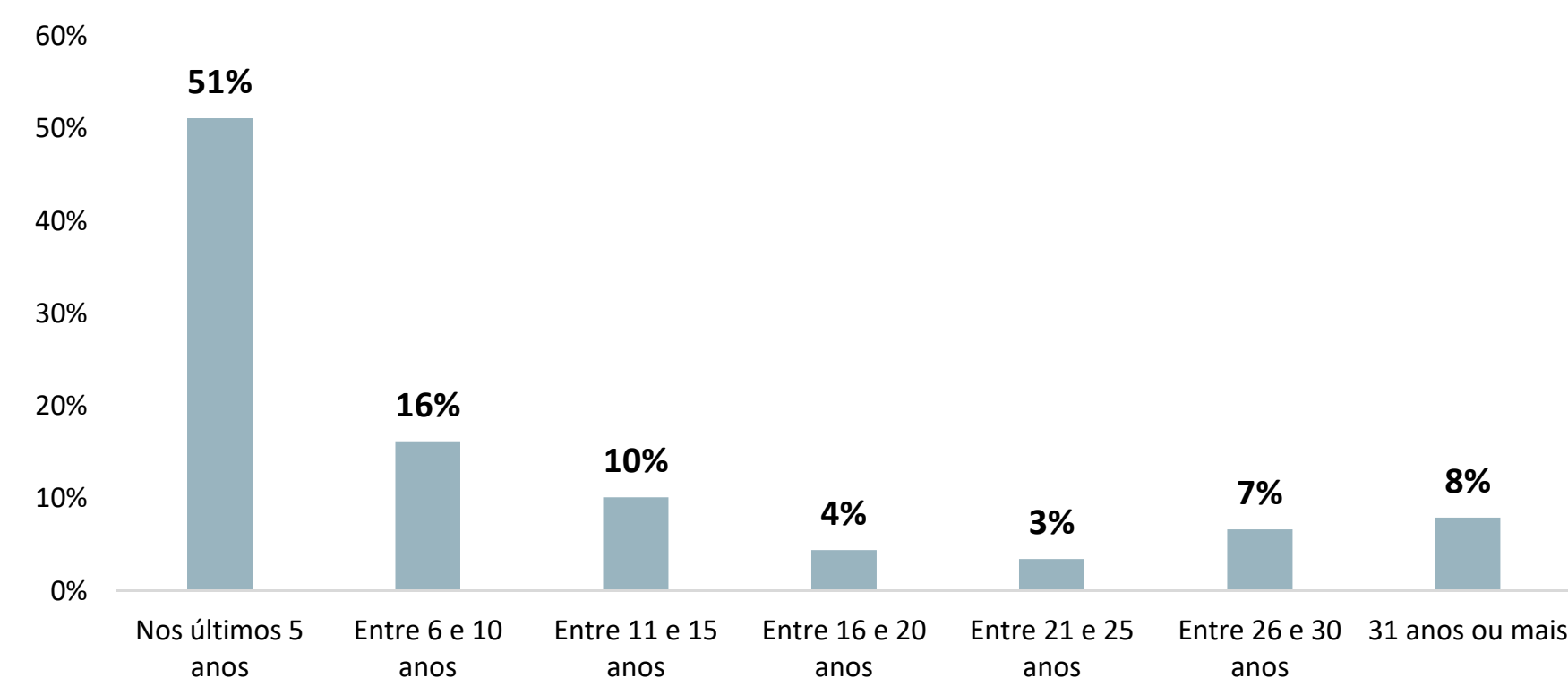


# Longevidade das lojas de bicicletas

Praticamente metade (51%) das lojas de bicicletas foram abertas nos últimos cinco anos, enquanto a outra parte (49%) 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	11,99
2	7,22

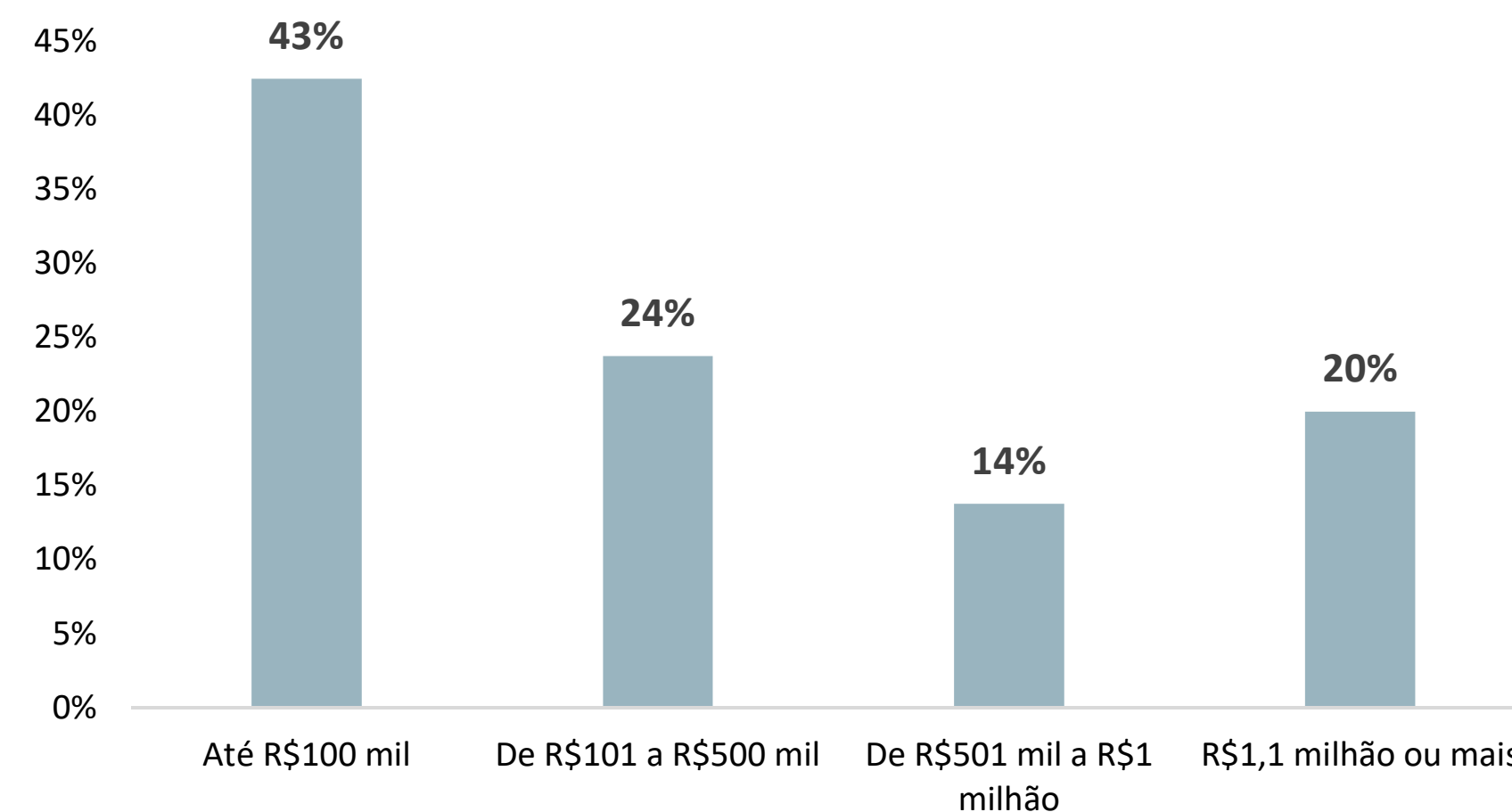


Tempo de abertura das lojas de bicicletas

# Vendas e faturamento

O porte mediano das lojas, considerando o faturamento bruto em 2021, está entre R\$100 mil e R\$500 mil reais. Este dado está em sintonia com a opção pelo Simples Nacional, predominante no mercado.

20% das lojas faturou mais de R\$1 milhão em 2021.

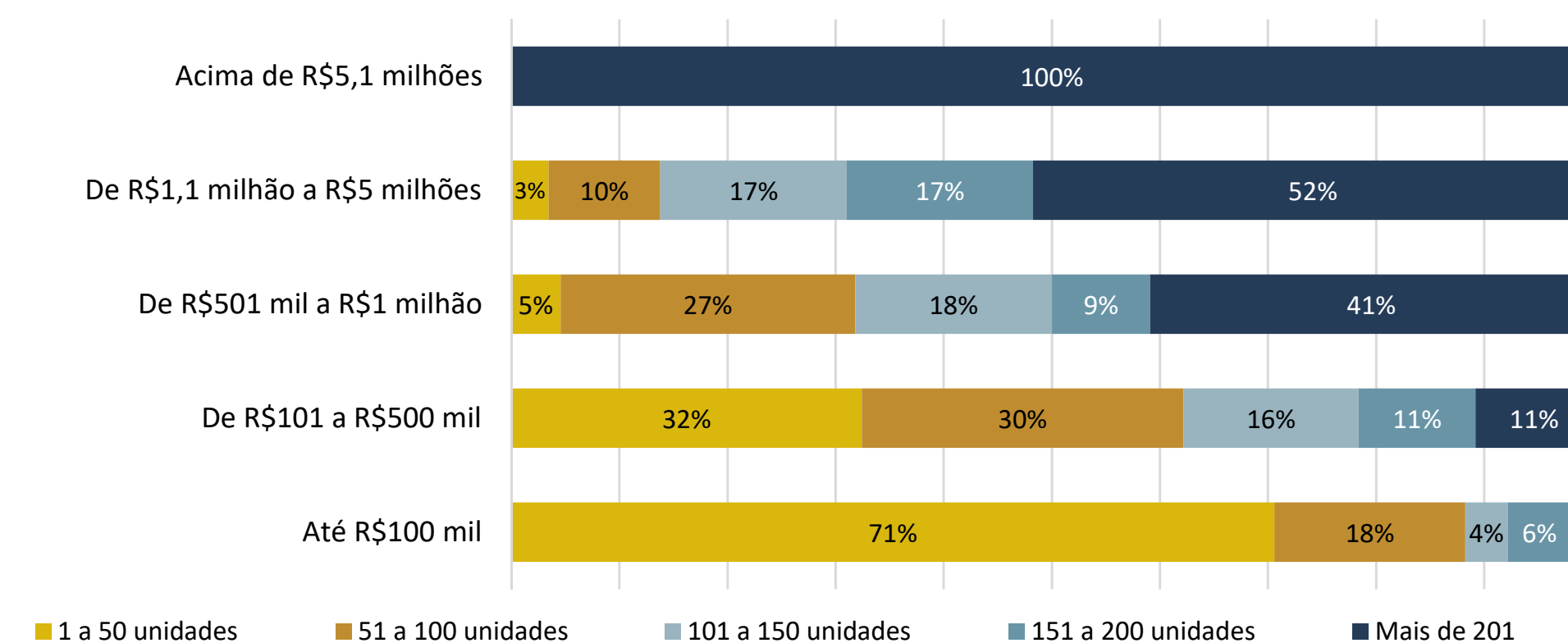


**Faturamento anual das lojas respondentes  
(ano base: 2021)**

# Quantidade de bicicletas comercializadas por faturamento

Embora seja um dado relativamente intuitivo (maiores faturamentos vendem mais bicicletas), é interessante notar como o volume de bicicletas varia nas faixas intermediárias de faturamento.

Isso parece estar associado ao fato de que, a partir de um determinado tamanho, as lojas passam a inserir outros serviços em sua atividade.

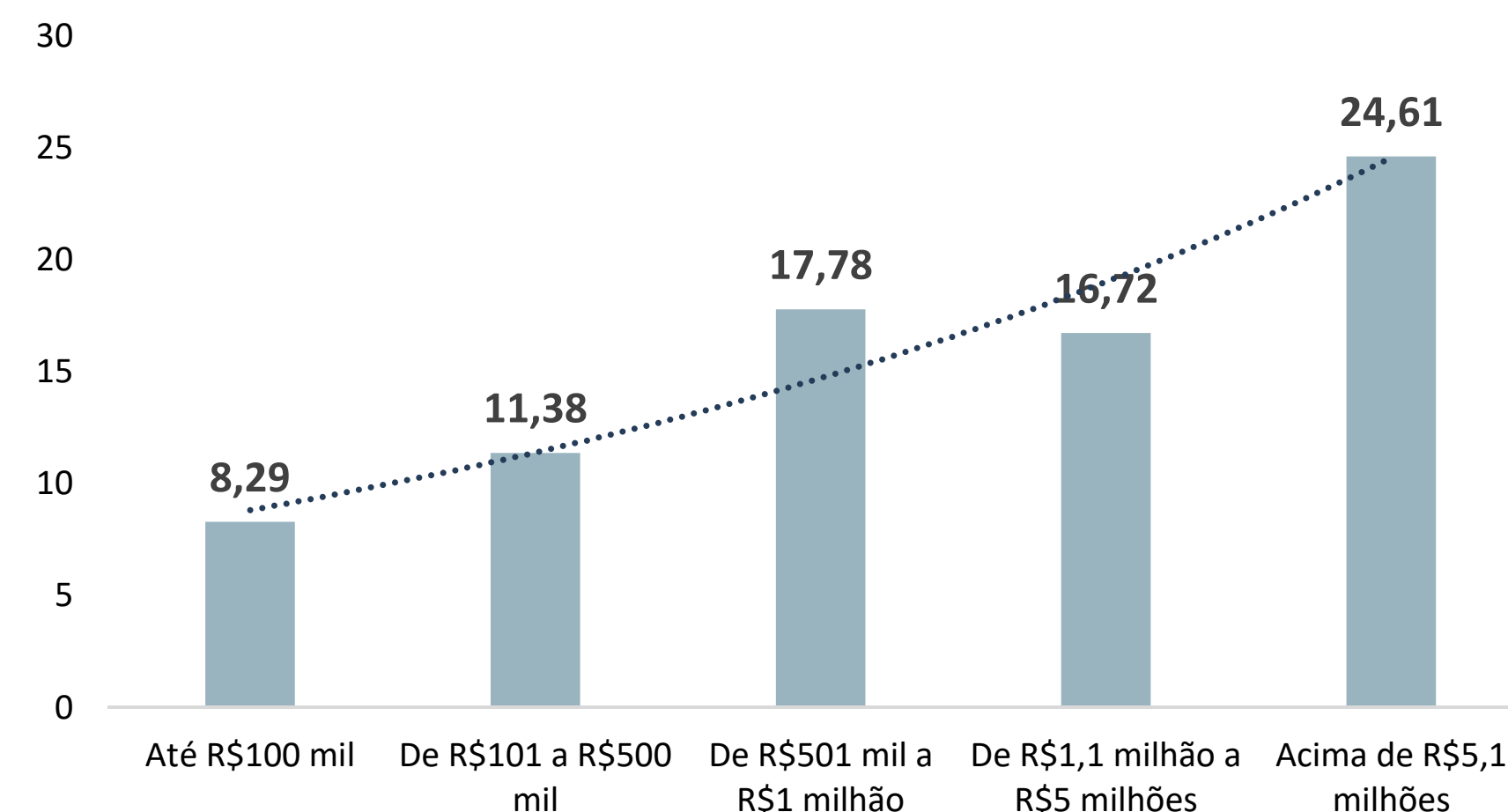


**Quantidade média anual de bicicletas comercializadas por volume de faturamento da loja (ano base: 2021)**

# Idade e faturamento

Podemos verificar também que existe uma correlação importante 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\$500 mil tinham a partir de 17 anos de existência, em média.

Esse dado possivelmente está associado ao processo de maturidade e crescimento das lojas ao longo do tempo. Outro dado que reforça essa análise é o índice de correlação positivo entre idade da loja e quantidade de bicicletas vendidas (0,41).



**Faturamento anual das lojas x longevidade**



**Daniel Aliperti**  
**Pedal Power**

Muitos de nós entramos no negócio pela paixão pela bike, pelo esporte etc, mas temos que equilibrar bem isso com a frieza necessária para o mundo do empreendedorismo.

# Atividades e faturamento

A venda de bicicletas inteiras ainda é responsável pela maior participação média no faturamento das lojas de bicicletas, com 39%. Nos anos de 2020 e 2021, a venda de bicicletas inteiras também era a principal atividade para o faturamento.

Depois disso, o serviço de mecânica e a venda de componentes e acessórios são os que têm maior participação média no faturamento das lojas respondentes.

O serviço de mecânica e revisão já vinha aumentando sua participação, mas ainda estava em quarto lugar em 2020.

Atividade	Percentual médio de contribuição para o faturamento anual
Venda de bicicletas inteiras	39%
Serviço de mecânica e revisão	35%
Venda de componentes	31%
Venda de acessórios	19%

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





**Mônica Gomes**  
Casa Alberto

O coração da Casa Alberto são os serviços e tivemos um impacto negativo na arrecadação por conta da falta de segurança pública na região central de São Paulo, onde está nossa loja. As pessoas também estão economizando bastante e as trocas de peças têm acontecido no limite do uso.

# Modelos de bicicletas

O modelo Mountain Bike (87%) domina a oferta nas lojas respondentes. Logo depois vem infantil (66%) e urbana (60%).

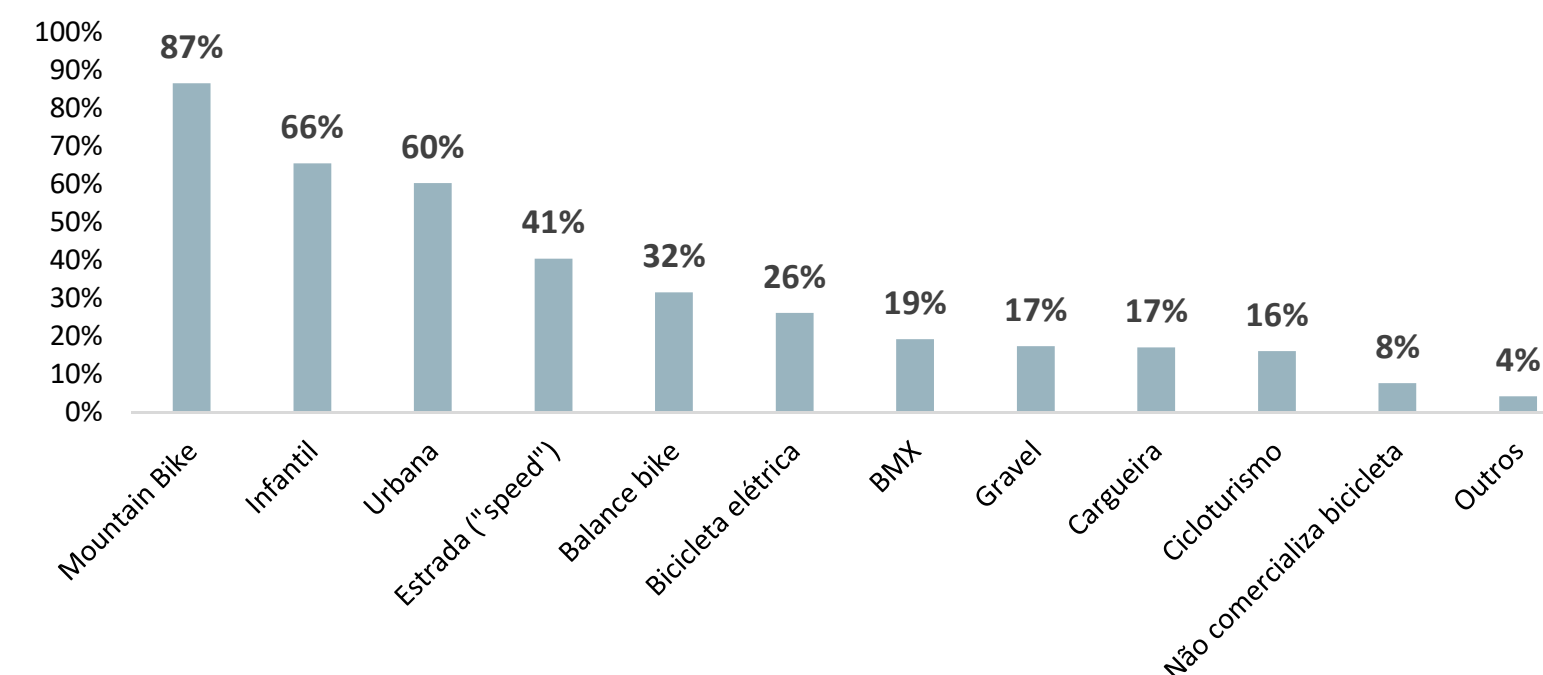
Entre as lojas que não comercializam bicicletas, estão aquelas que alugam bicicletas usadas, por exemplo.

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

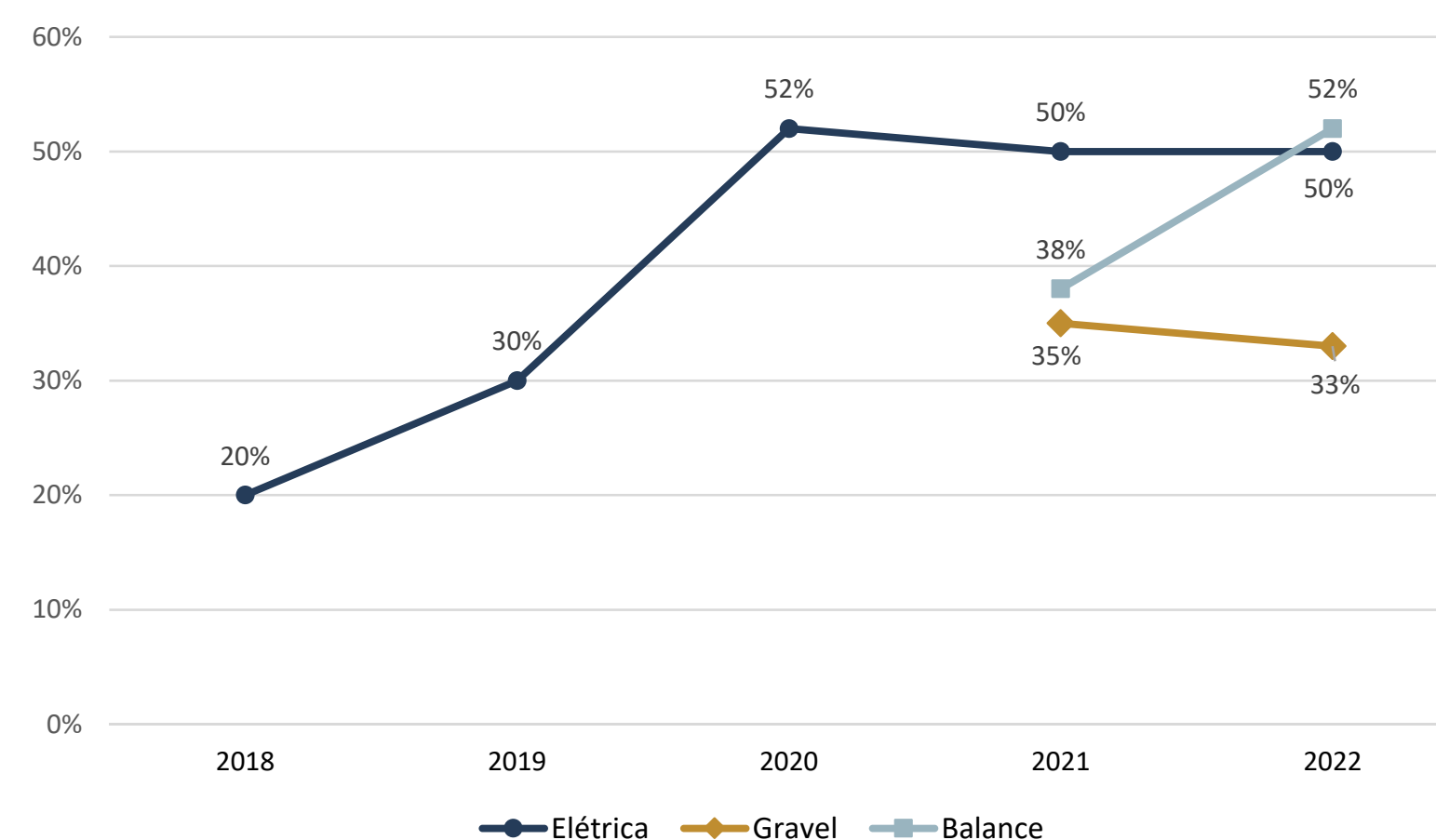
A bicicleta elétrica se manteve em 50% das lojas respondentes.

A gravel teve uma pequena queda, de 35% no ano passado para 33% este ano.

A balance continuou crescendo, passando de 38%



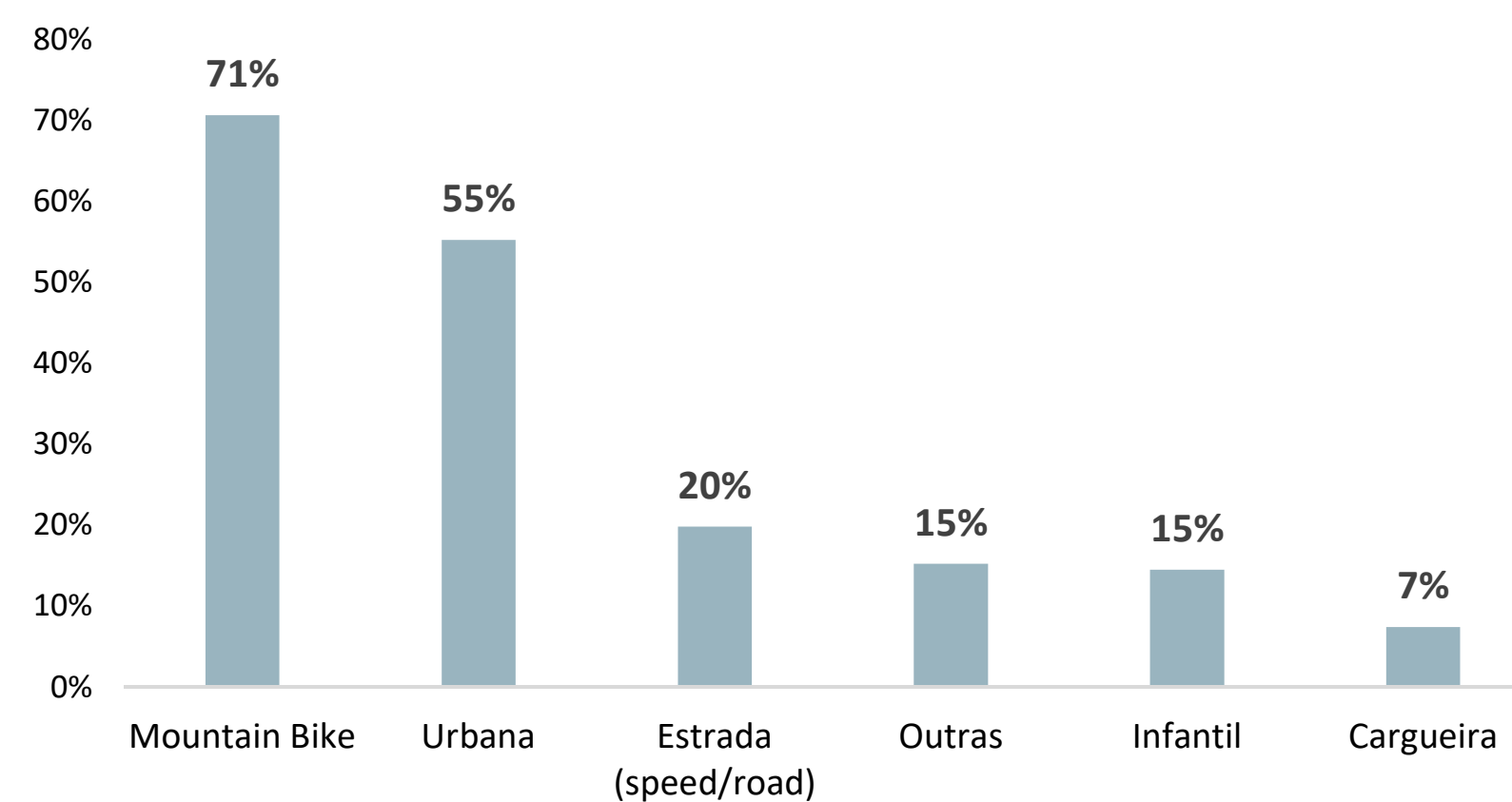
Modelos de bicicleta comercializados nas lojas respondentes



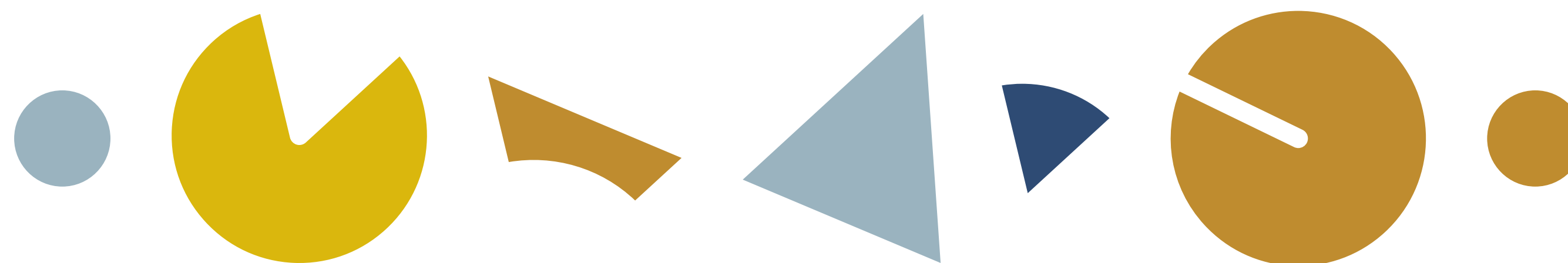
Proporção de lojas que comercializam bicicletas elétricas, gravel e balance

no ano passado para 52% este ano

Entre as lojas que comercializam bicicletas elétricas, a Mountain Bike também é a mais comum de ser ofertada (69%), seguida pela urbana (54%) e pelas de estrada (20%).



**Modelos de bicicleta elétricas comercializadas nas lojas respondentes**

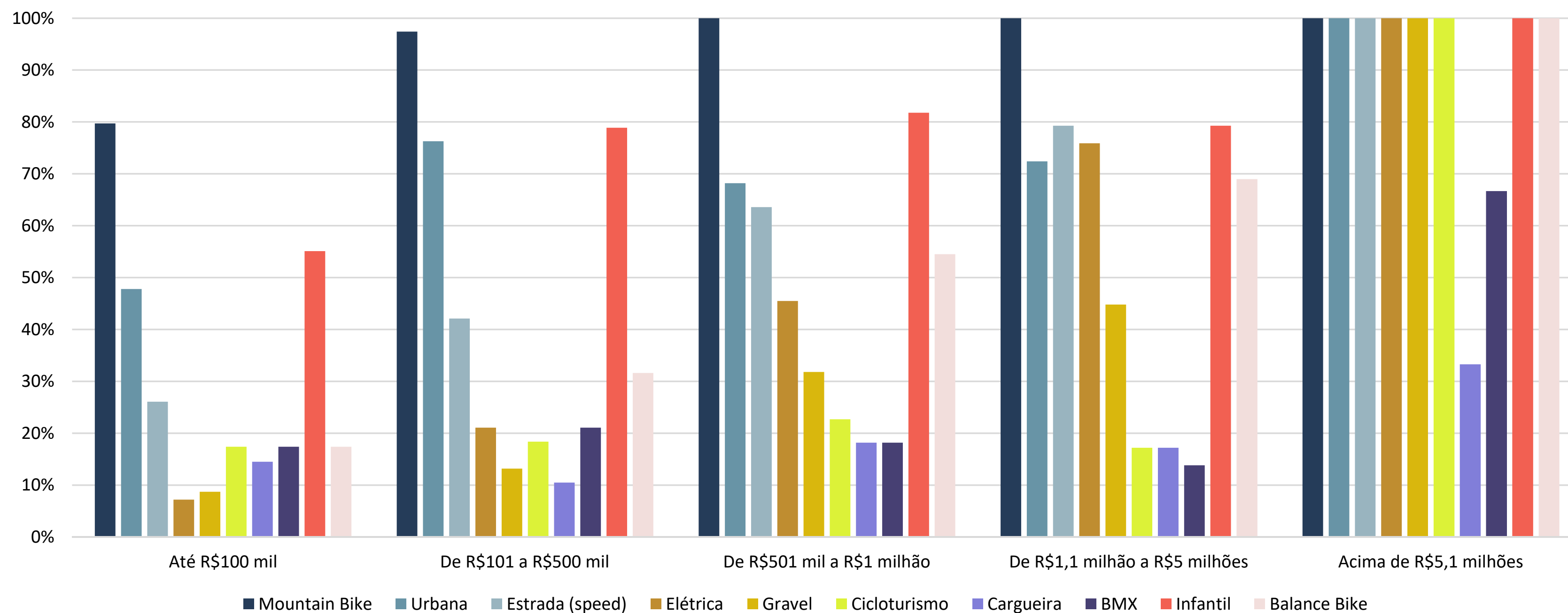




**Alex Cheibb**  
Tripp Aventura

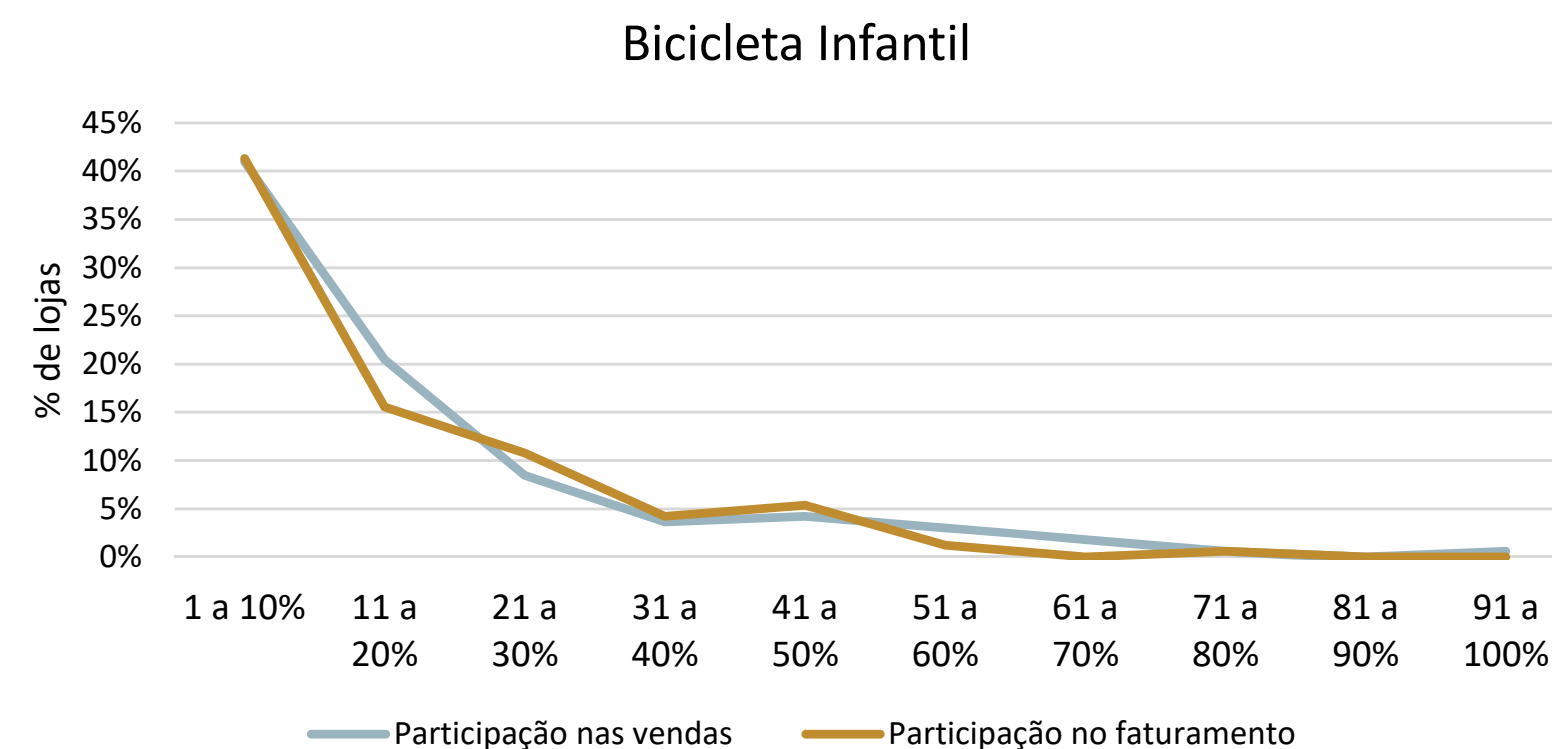
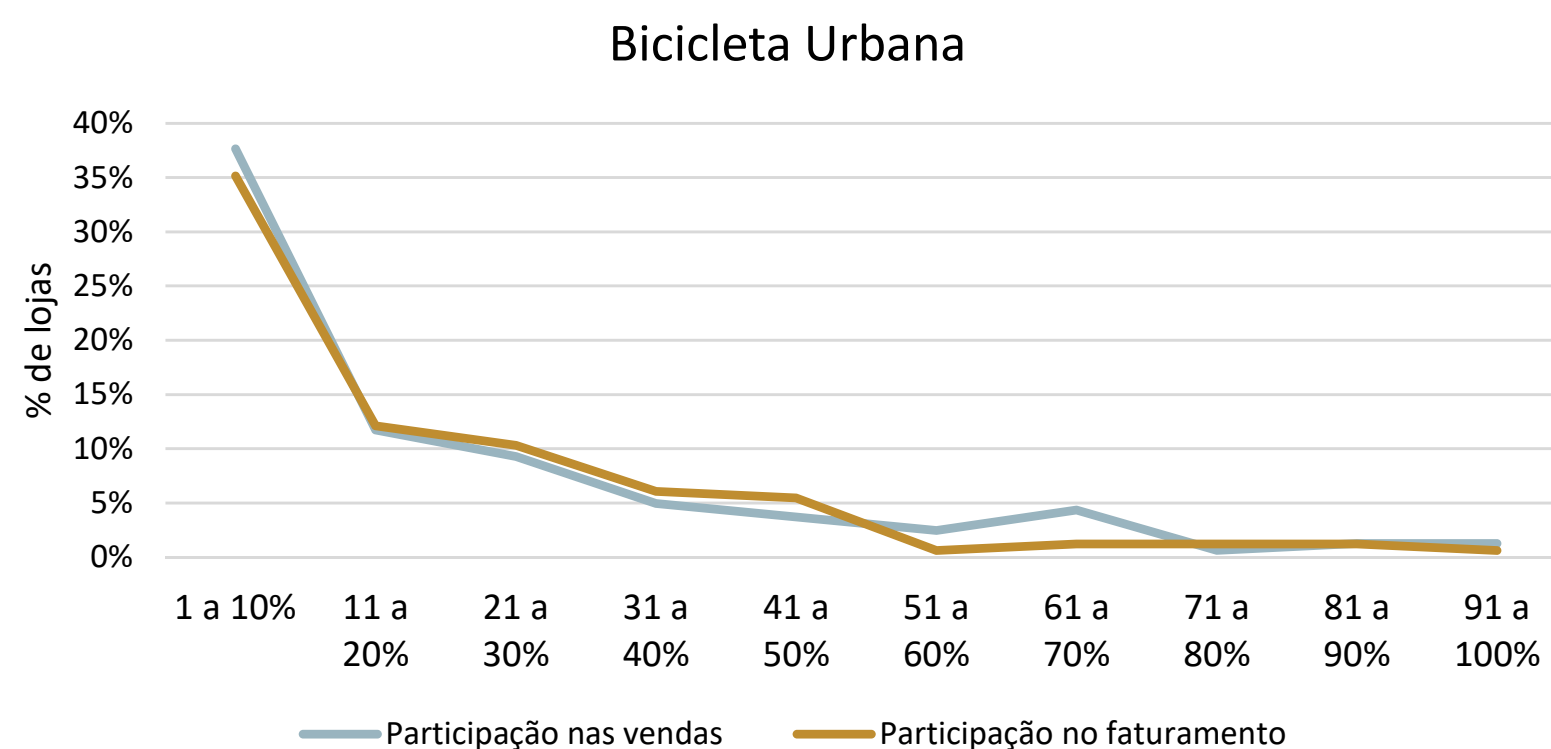
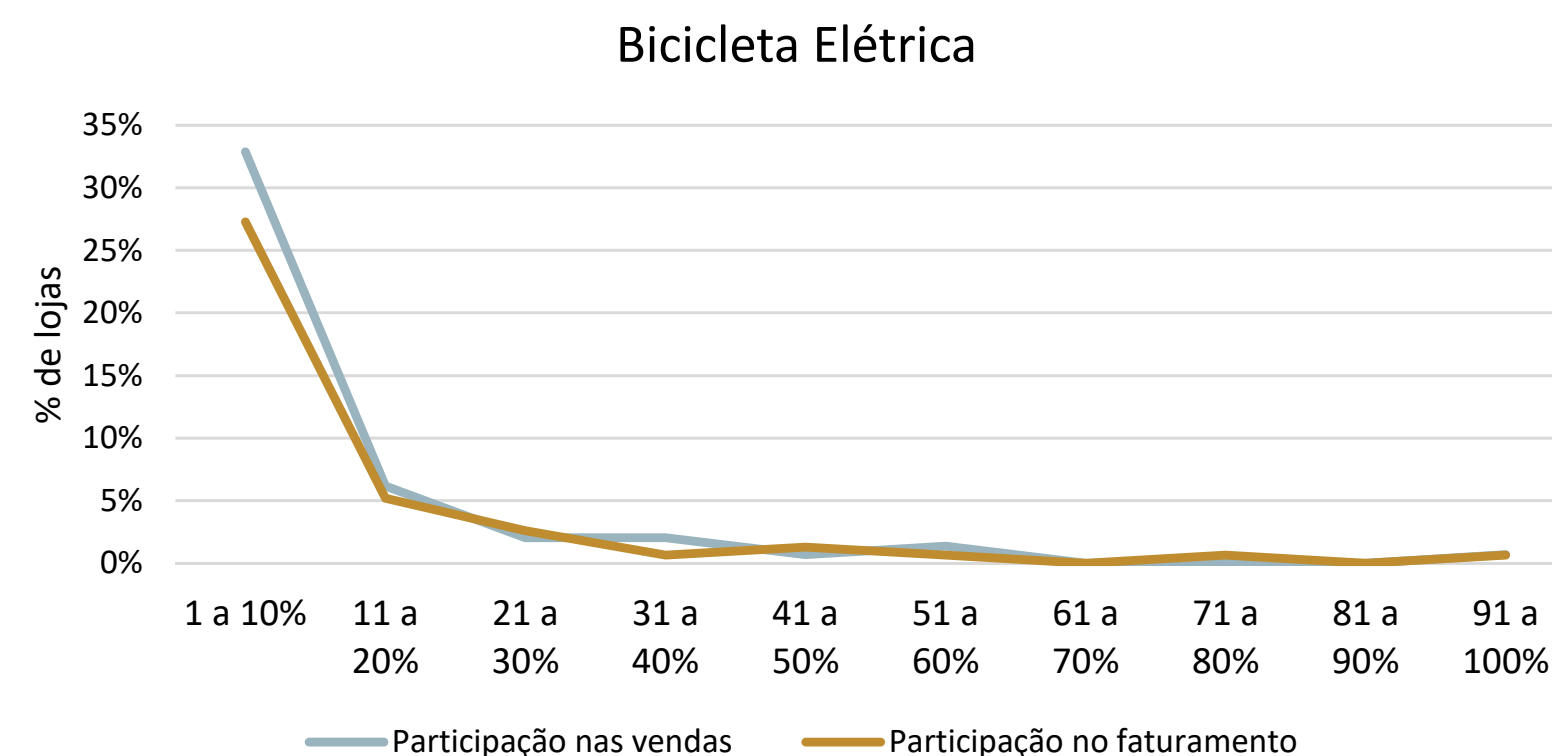
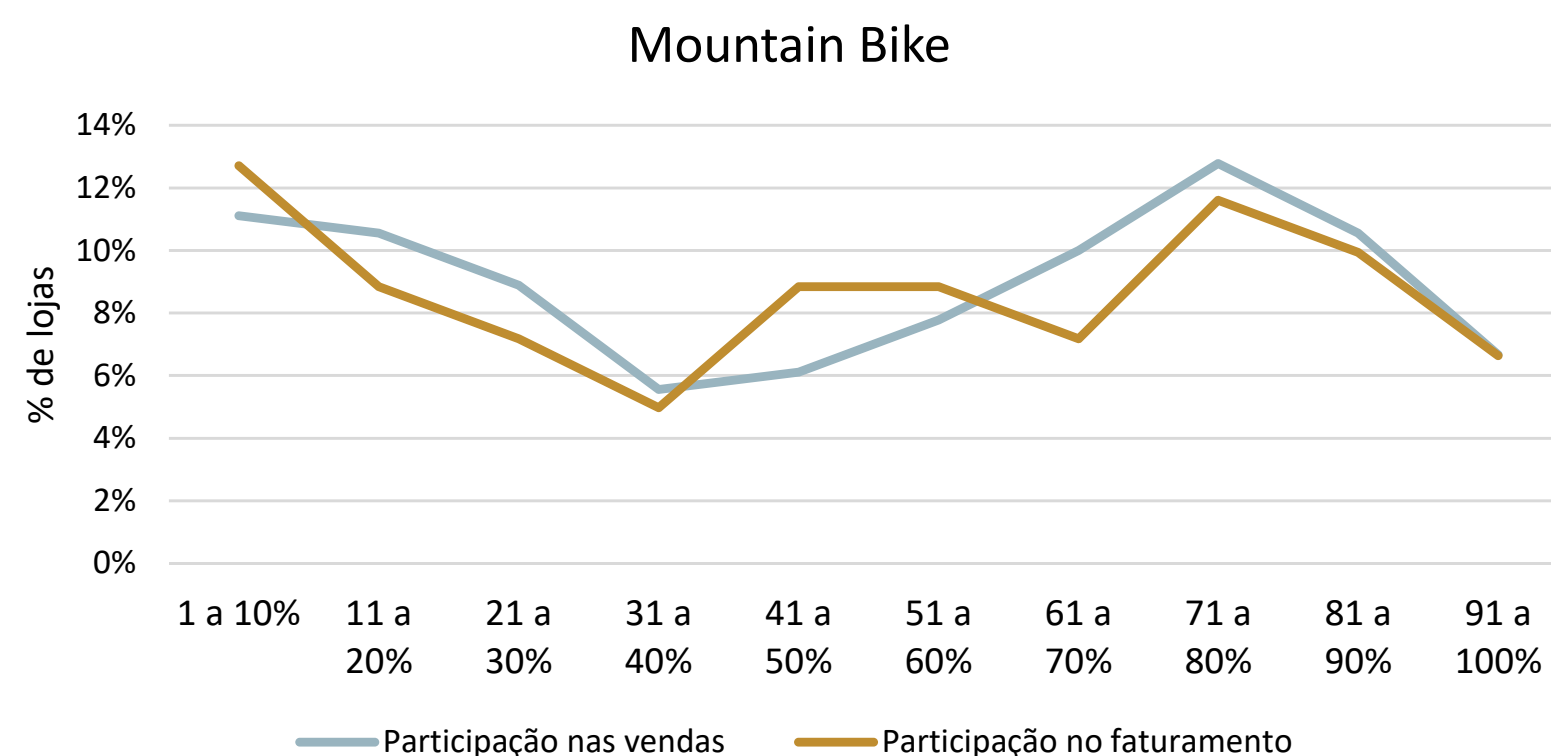
Hoje, o que estou vendo, é que nenhum negócio do porte da Tripp Aventura vai se sustentar se não tiver uma boa média de vendas de bikes elétricas. Elas têm um valor agregado alto e acabam contribuindo de forma imprescindível para o faturamento mensal.

Quanto maior a faixa de faturamento das lojas, maior é a proporção de lojas que oferece os diversos modelos de bicicletas. Entre as lojas que têm faturamento acima de R\$5 milhões, quase todas oferecem todos os modelos de bicicleta, com exceção da cargueira e da BMX que não estão em 100% das lojas desta faixa de faturamento



**Modelos de bicicleta comercializadas por faixa de faturamento**

A mountain bike ainda é o modelo que tem maior participação nas vendas e no faturamento da maior parte das lojas. A bicicleta infantil se destaca, chegando a 20% e 30% de vendas em algumas lojas. A bicicleta elétrica ocupa predominantemente 1 a 10% das vendas na maior parte das lojas respondentes.

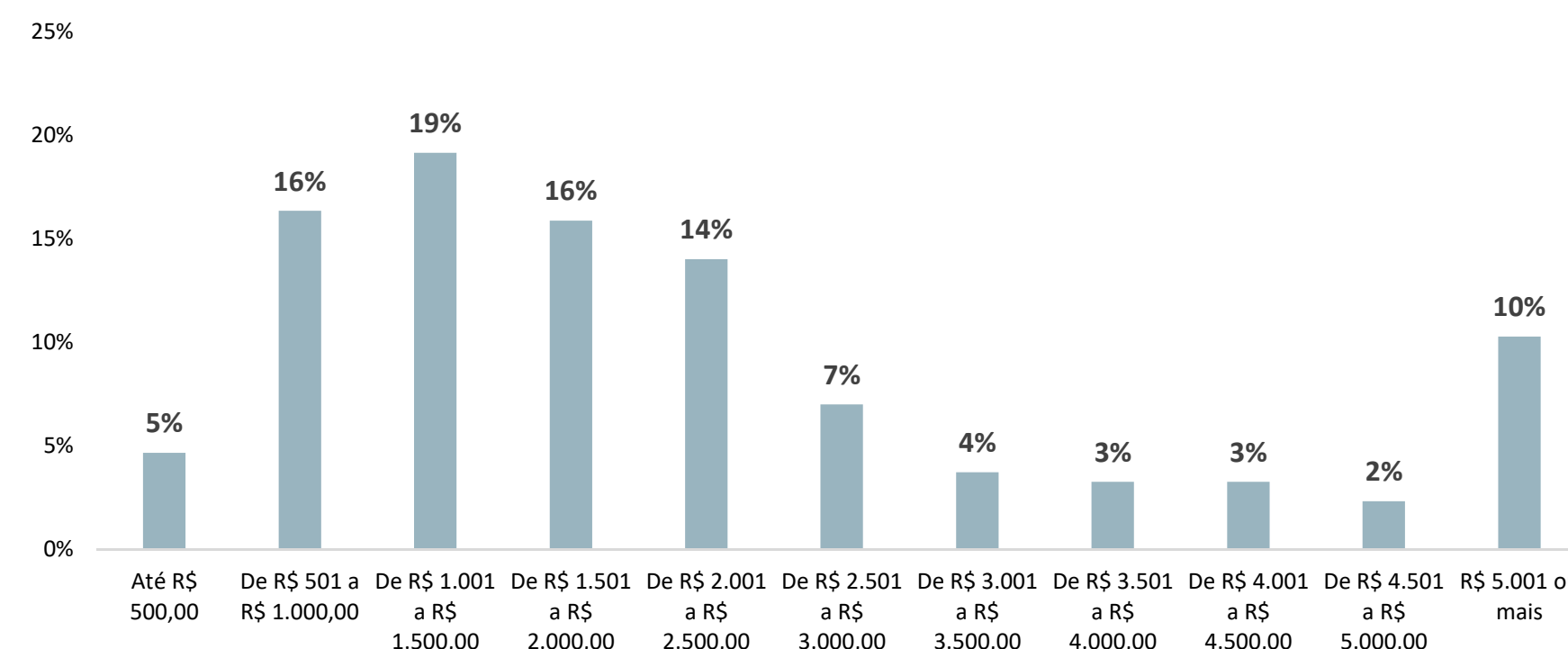


**Participação dos principais modelos de bicicletas nas vendas e no faturamento**

# Faixa de preço médio das bicicletas

Entre as lojas que vendem bicicletas inteiras, a faixa de preço médio mais encontrada é entre R\$1001 e R\$1500, com quase 20% das menções entre as lojas entrevistadas.

As bicicletas de preço médio de até R\$3000 representam 77% das menções.



**Faixa de preço médio das bicicletas comercializadas em lojas que vendem bicicletas inteiras**

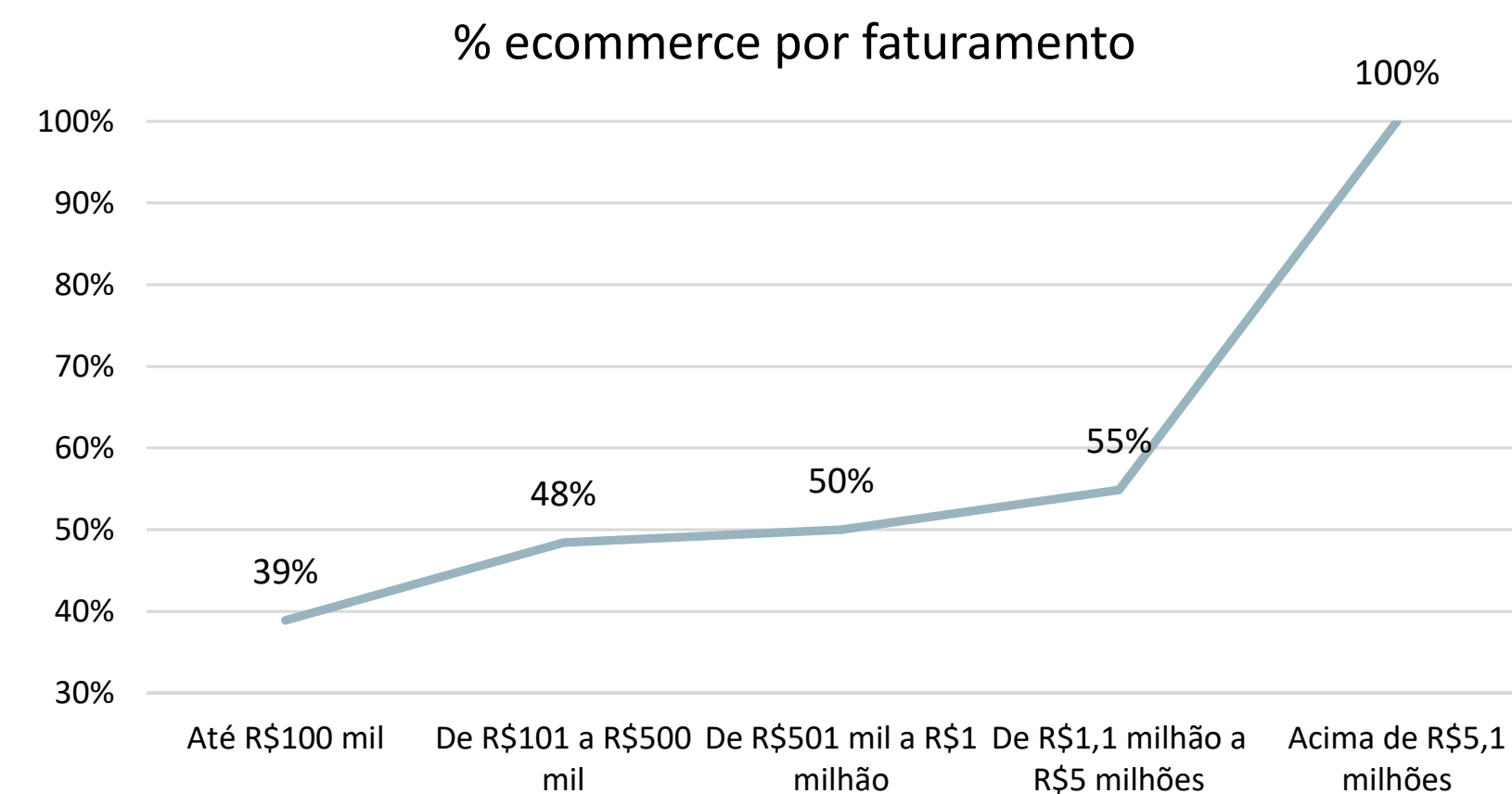
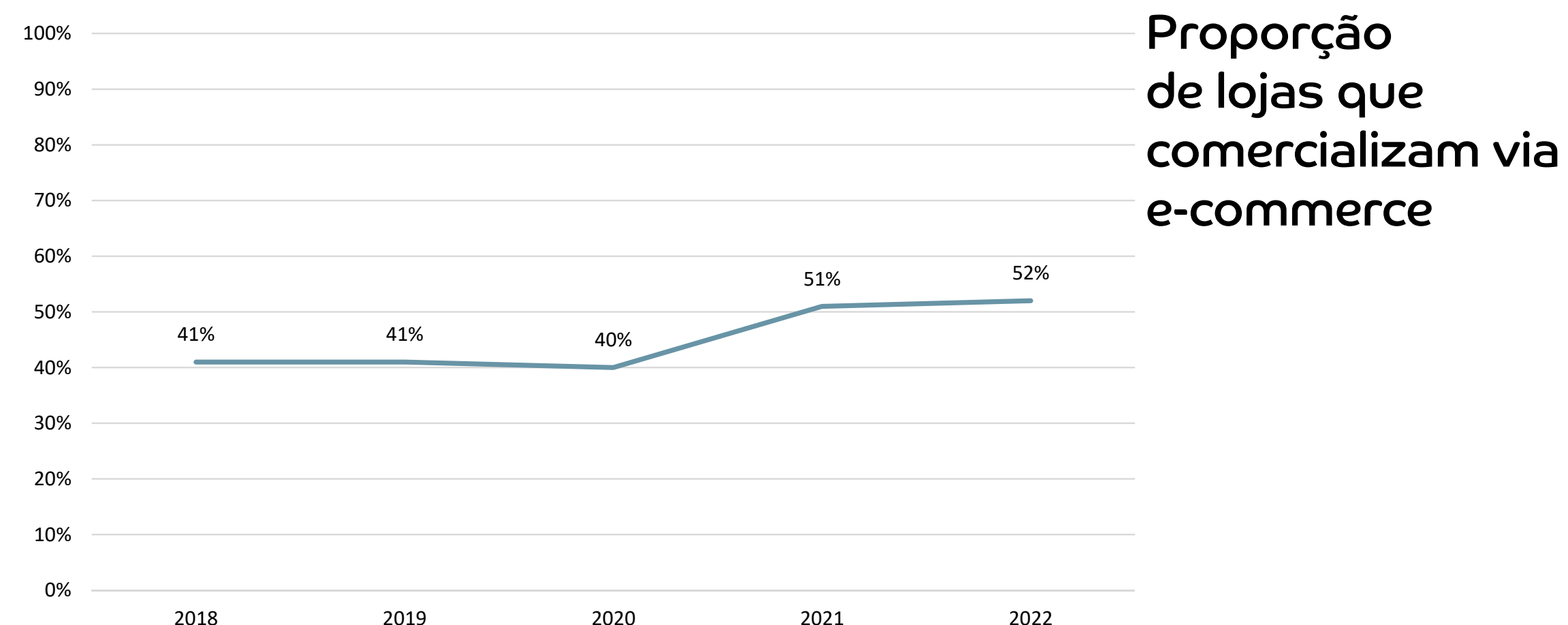
# E-commerce

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

A média de crescimento do saldo é de 3% ao ano, embora o intervalo entre 2020 e 2021 aumente em 11 pontos percentuais.

Aparentemente, a pandemia impulsionou o uso do e-commerce entre as lojas que adotaram essa modalidade. O fato de essa proporção se manter apontada para uma consolidação desta forma de negócio.

Quanto maior o faturamento da loja, maior é a proporção de lojas que faz e-commerce, sendo que essa proporção chega a 100% das lojas que faturam mais de R\$5 milhões.

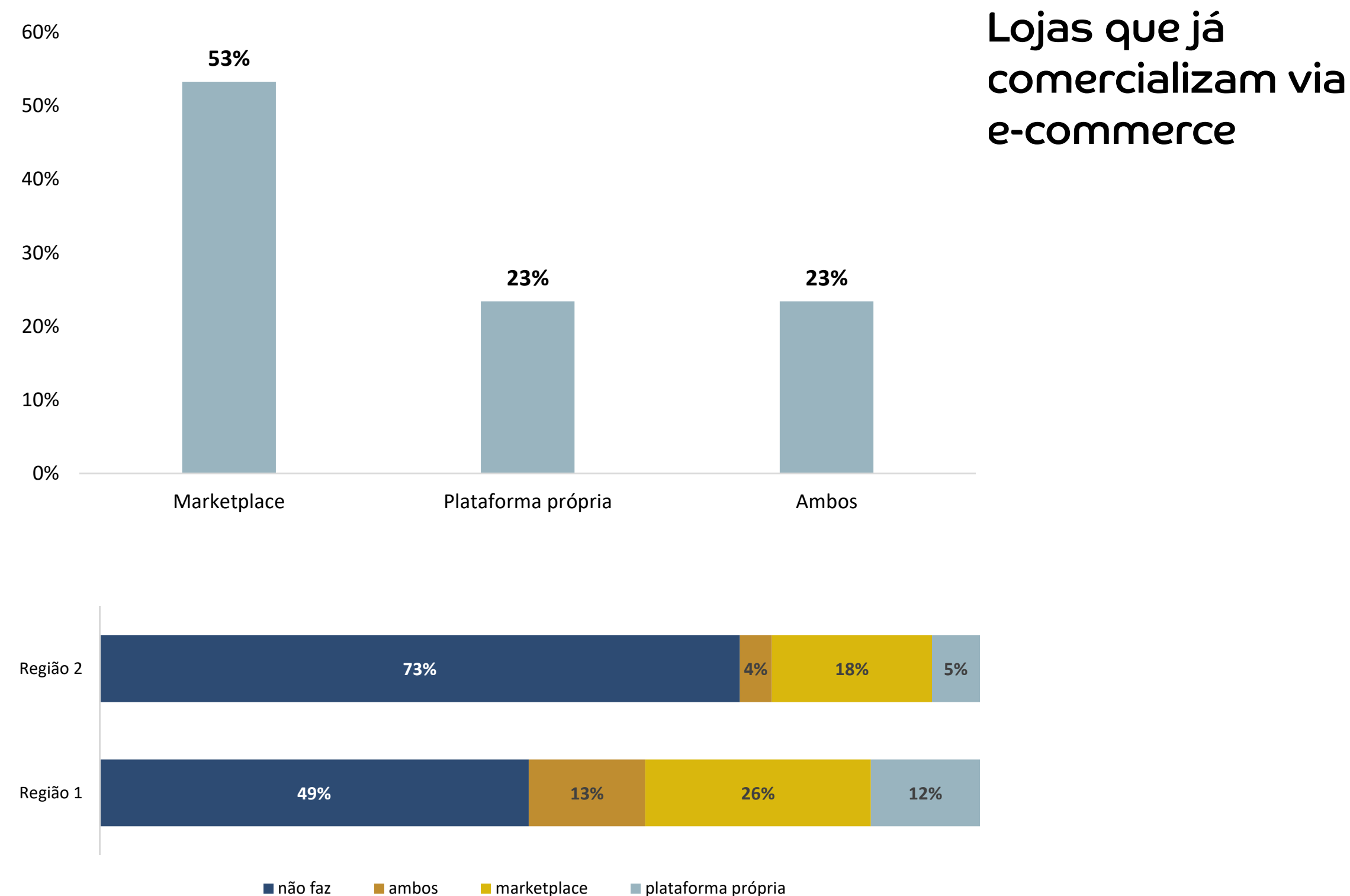




Entre os que fazem e-commerce, predomina o uso de plataformas já existentes, conhecidas como Marketplace (53%).

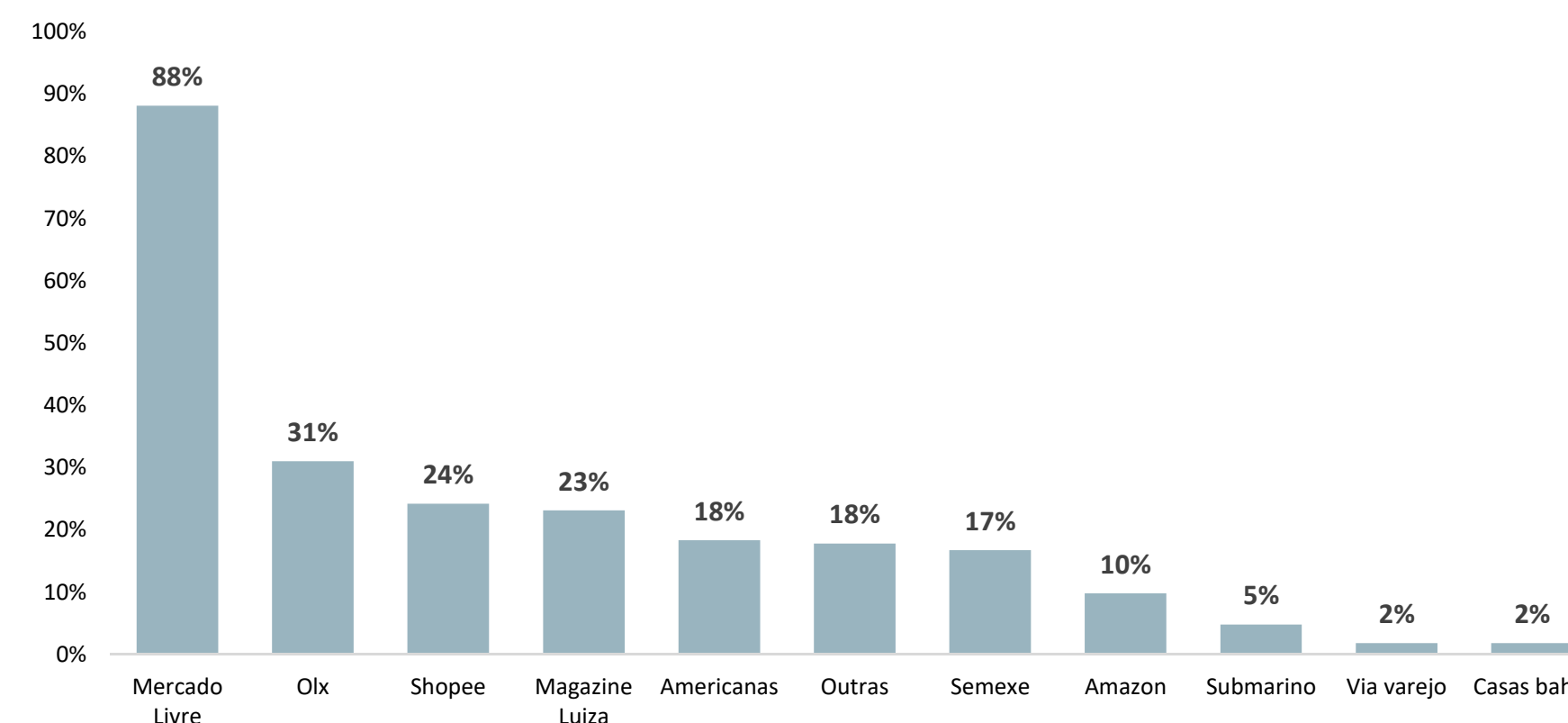
Já 23% utilizam plataforma própria e os outros 23% utilizam ambas – tanto Marketplace quanto plataforma própria.

Do ponto de vista territorial, vale destacar as lojas situadas nas regiões sul e sudeste (região 1) tendem a utilizar o e-commerce com maior frequência que as lojas situadas nas outras regiões do país. A tendência de uso entre plataforma própria, marketplace e ambos, entretanto, é a mesma para as duas regiões.

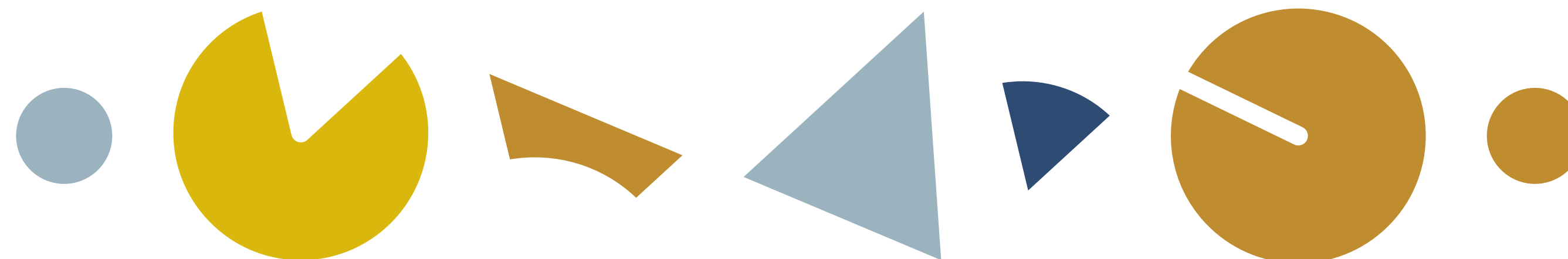


Dentre as empresas que utilizam marketplace, o Mercado Livre continua sendo a plataforma de e-commerce mais utilizada, com 88% das menções, seguido por Olx (31%) e Shopee (24%).

A plataforma Semexe, especializada no setor de bicicletas, aparece com 17% das menções, quase um quinto da amostra pesquisada. Em 2021, o Semexe era mencionado por 10% das lojas.



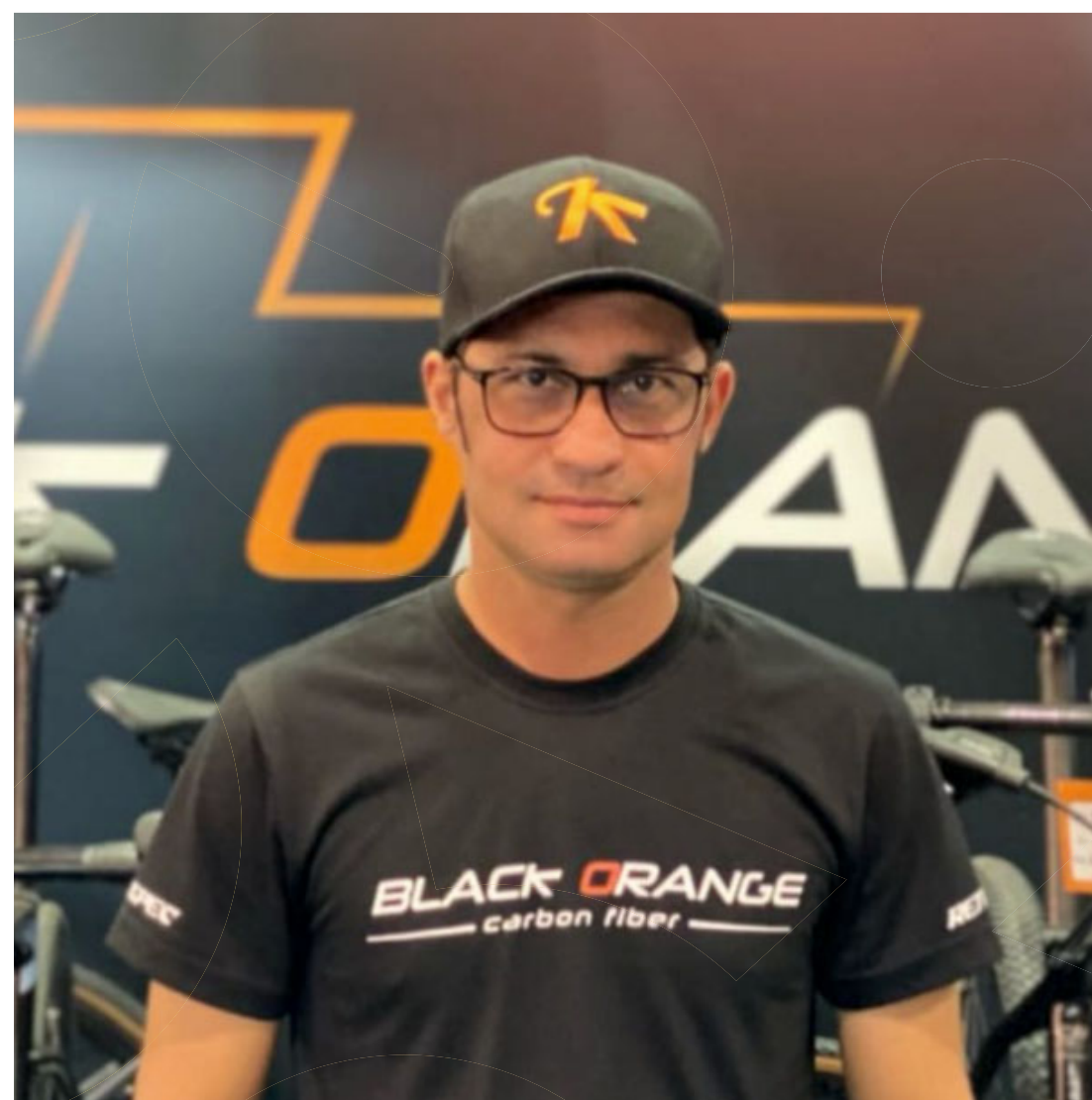
**Plataformas de e-commerce utilizadas pelas lojas de bicicletas**





**Gabriel Novais**  
**SeMexe**

Hoje conseguimos ter um time de experts apaixonados por ciclismo atendendo, conseguimos oferecer montagem da bike à domicílio, seguro e solução logística que entenda o alto valor das bicicletas, além de trazeremos uma audiência qualificada para nossos lojistas parceiros.



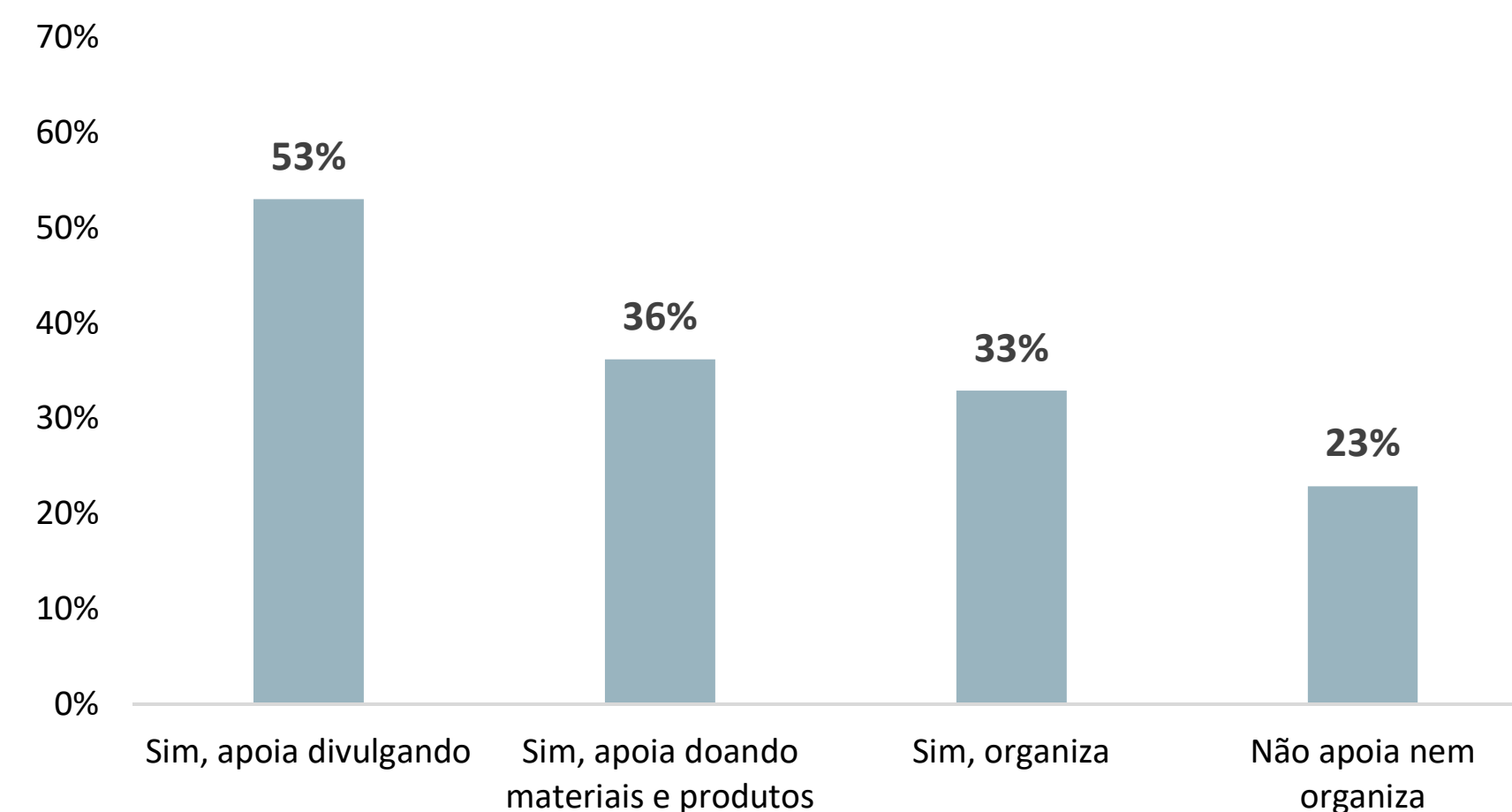
**Augusto Freitas**  
**Bike Point SC**

É importante saber separar o e-commerce da loja física, são dois negócios diferentes que precisam de equipe própria para funcionar. Quando a pandemia chegou já tínhamos 10 anos de e-commerce, estávamos com todo o ecossistema preparado e acredito que o prazo daqui pra frente vai ter ainda mais peso nas compras online.

# Grupos de pedal

A maior parte das lojas segue apoiando grupos de pedal, seja divulgando (53%), organizando (33%) ou doando materiais e produtos (36%).

Apenas 23% não apoia nem organiza nenhum tipo de grupo de pedal.



Sua loja apoia ou organiza grupos de pedal?

# Opinião

## O que faria com que mais pessoas utilizassem bicicleta?

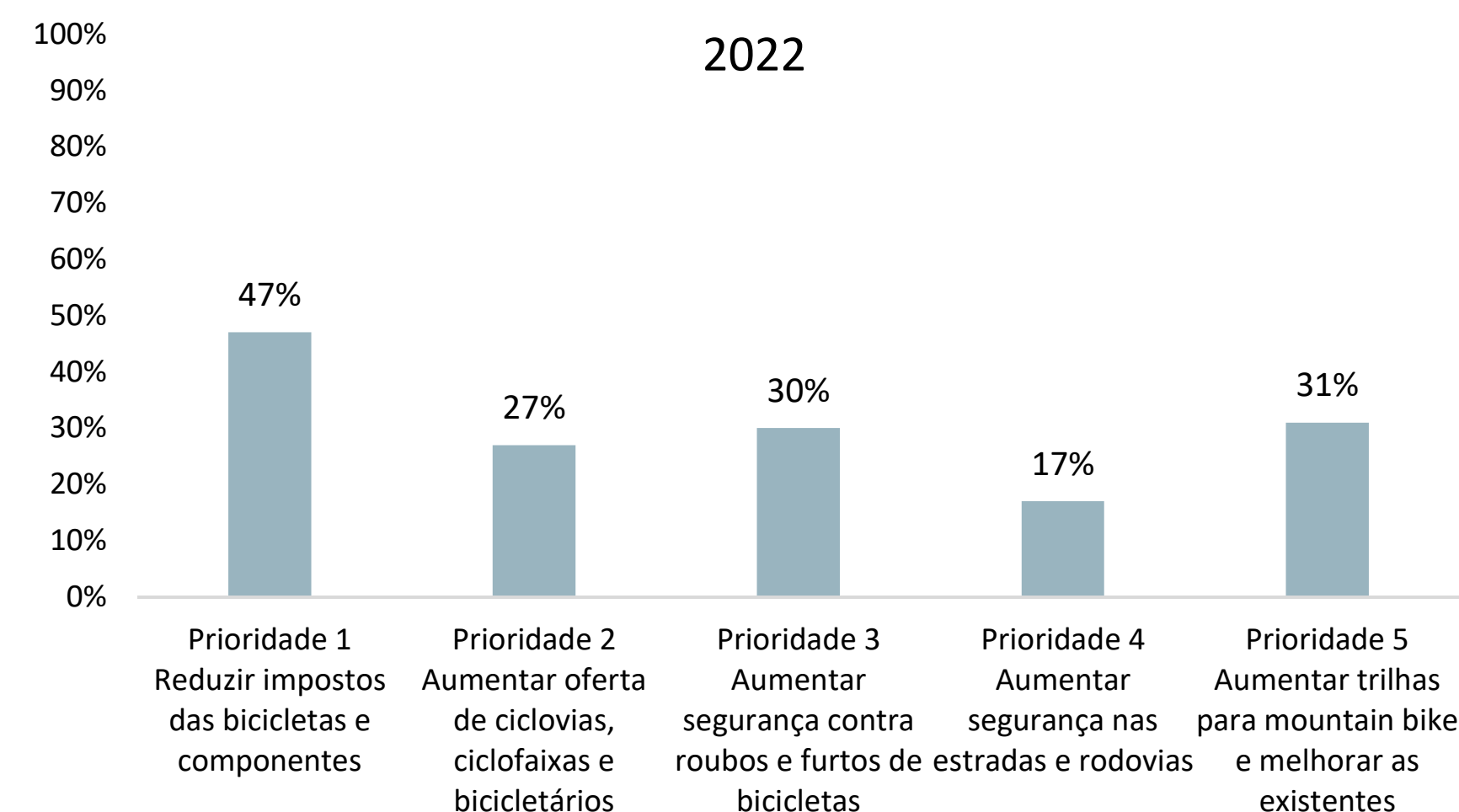
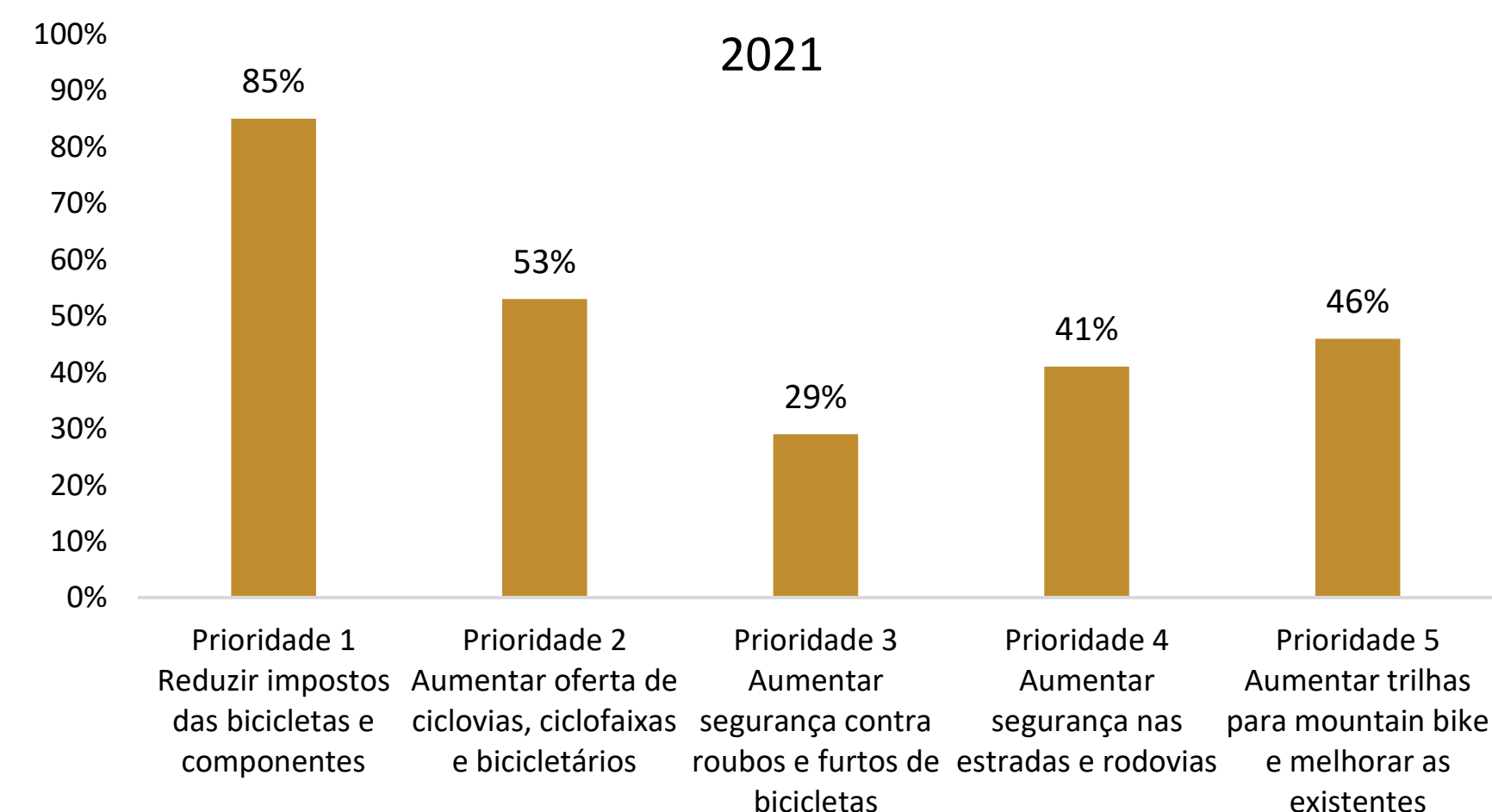
Perguntados sobre a prioridade de cinco medidas que fariam com que mais pessoas usassem a bicicleta, a redução da carga tributária segue como prioridade nº 1 para 47% dos lojistas respondentes, sendo que em 2021 essa proporção era de 85%.

Aumentar a oferta de ciclovias, ciclofaixas e bicicletários aparece como a prioridade nº2 para 27% dos respondentes, em 2021 era para 53%.

Na prioridade número 3 está aumentar a segurança pública (30%).

Na prioridade número 4 está aumentar a segurança nas estradas e rodovias para 17%.

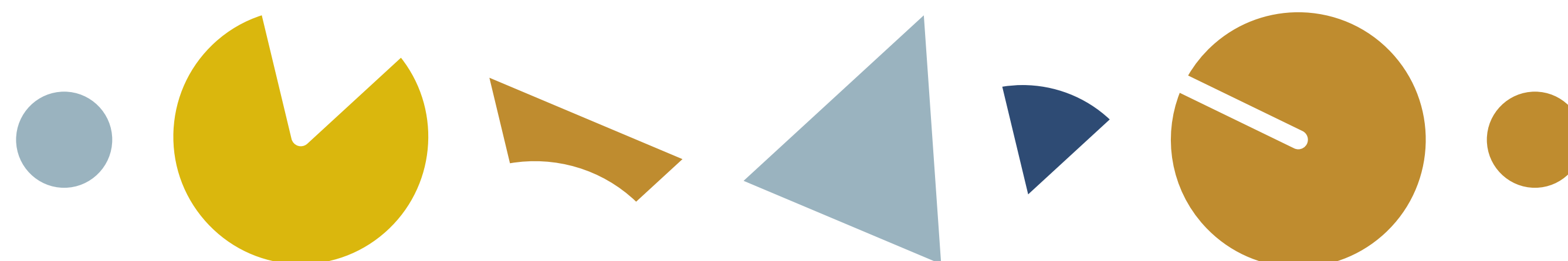
Aumentar e melhorar as trilhas aparece como última prioridade para 31%.



As respostas sobre prioridades na pesquisa de 2022 tiveram uma dispersão maior por parte dos respondentes se comparado à 2021.

Na prioridade número 4 está aumentar a segurança nas estradas e rodovias para 17%.

Aumentar e melhorar as trilhas aparece como última prioridade para 31%.





**Wala Costa**  
**Rondobikes**

Passeios pela cidade são um importante fomento do uso das bikes pelos lojistas, pois durante esse tipo de evento muitas pessoas que têm medo de utilizar a bicicleta no dia a dia, passam a desmistificar o seu uso.

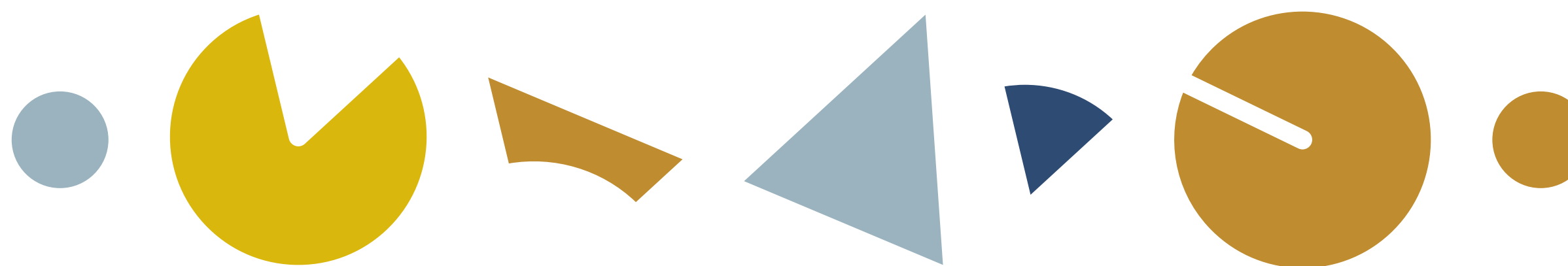


# Entorno da loja

Ao serem questionados sobre se a loja investe em iniciativas na cidade ou no entorno da loja, cerca de 1/3 respondeu a questão e mencionou iniciativas como:



# Perspectivas 2023



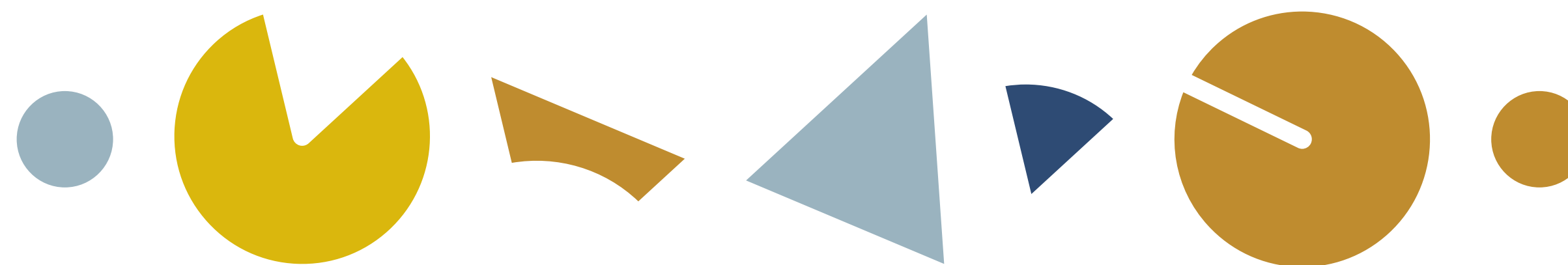
Estão todos assustados com os valores que as bicicletas elétricas chegaram. Eu acredito no crescimento do mercado, mas não da forma que as marcas imaginam. Na minha visão, há uma ressaca muito grande do pós pandemia que está nos atrapalhando um pouco para manter esse crescimento.

**Alex Cheibb**  
Tripp Aventura

2023 será um grande desafio, pois ainda não estamos com estoques regularizados, muita incerteza governamental e mercado muito instável. Mas buscamos sempre entregar as melhores experiências para os clientes, para fidelizarmos os antigos e conquistarmos novos.

**Wala Costa**  
Rondobikes

# Perspectivas 2023



“Acredito que combinados - o arrefecimento de demanda, o excesso de oferta global e todo o trabalho de redução de impostos feito por aqui - podem trazer os preços dos produtos para baixo.

**Daniel Alipert**  
Pedal Power

“Abriram muitas lojas nesses últimos dois anos que vão querer sobreviver e vão nos dar trabalho na questão de preço, de liquidação e situações que já incomodam o mercado desde o início de 2022.

**Augusto Freitas-**  
Bike Point SC

# Pesquisa anual de comércio varejista - RAIS

Edição 2022



# Metodologia de uso dos dados oficiais

Os dados apresentados foram obtidos tanto a partir de processamentos dos microdados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), quanto pela plataforma oficial online Dardo 10.1.02 onde os dados podem ser processados.

## Estabelecimento

Para estabelecimentos levou-se em consideração todos os estabelecimentos com ou sem funcionários. Os setores são analisados separadamente.

## Vínculos

Para a análise dos vínculos, levou-se em consideração somente os vínculos ativos em 31/12 de cada ano. Além disso, a análise de vínculos considera sempre a soma dos dois setores aqui trabalhados.



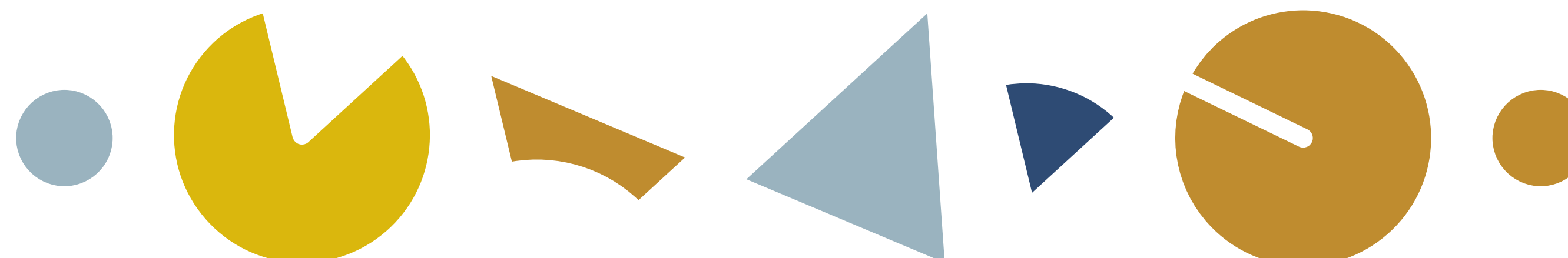
## Remuneração:

Para as análises de remuneração dos trabalhadores formais do setor, utilizou-se a remuneração média ao longo do ano. Todos os valores foram atualizados pelo IPCA para 12/2021, último ano da série histórica.

## Os setores econômicos analisados

O recorte setorial de análise foi feito por meio da variável Subclasse CNAE 2.0:

- Comércio varejista de bicicletas e triciclos : 4763603
- Reparação de bicicletas, triciclos e outros veículos não-motorizados : 9529104



# **Pesquisa anual de comércio varejista - Estabelecimentos**

**Edição 2022**

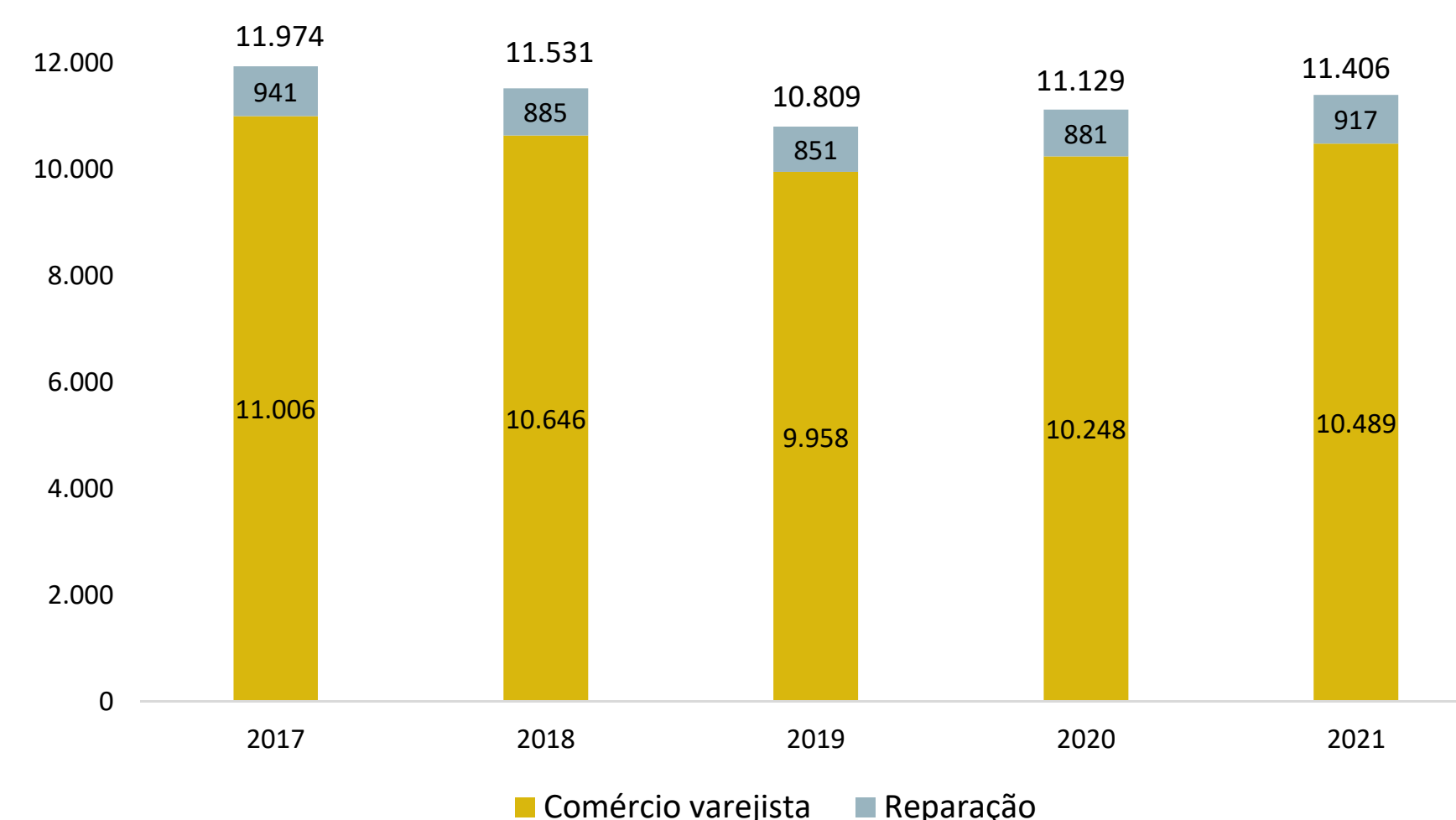


# Estabelecimentos de comércio varejista de bicicletas, reparação e total (RAIS, 2017-2021)

**O Brasil possui 12,3 mil estabelecimentos voltados para a venda de bicicletas, acessórios e serviços**

Em 2021, existiam 10.589 estabelecimentos no Brasil registrados sob a atividade econômica “Comércio Varejista de Bicicletas e Triciclos” e 917 sob “Reparação de Bicicletas, Triciclos e Outros Veículos Não-Motorizados”. Como vimos na aplicação do survey, sabe-se que 8% estabelecimentos que trabalham

com venda de bicicletas, acessórios e serviços atuam sob o registro de outras atividades econômicas. Assim, estima-se que o total de estabelecimentos no Brasil que trabalhem com venda de bicicletas, acessórios e serviços seja de 12.318 empresas.



**Comércio Varejista de Bicicletas e Triciclos : Subclasse Cnae 2.0 – 4763603**  
**Reparação de Bicicletas, Triciclos e Outros Veículos Não-Motorizados : Subclasse Cnae 2.0 – 9529104**

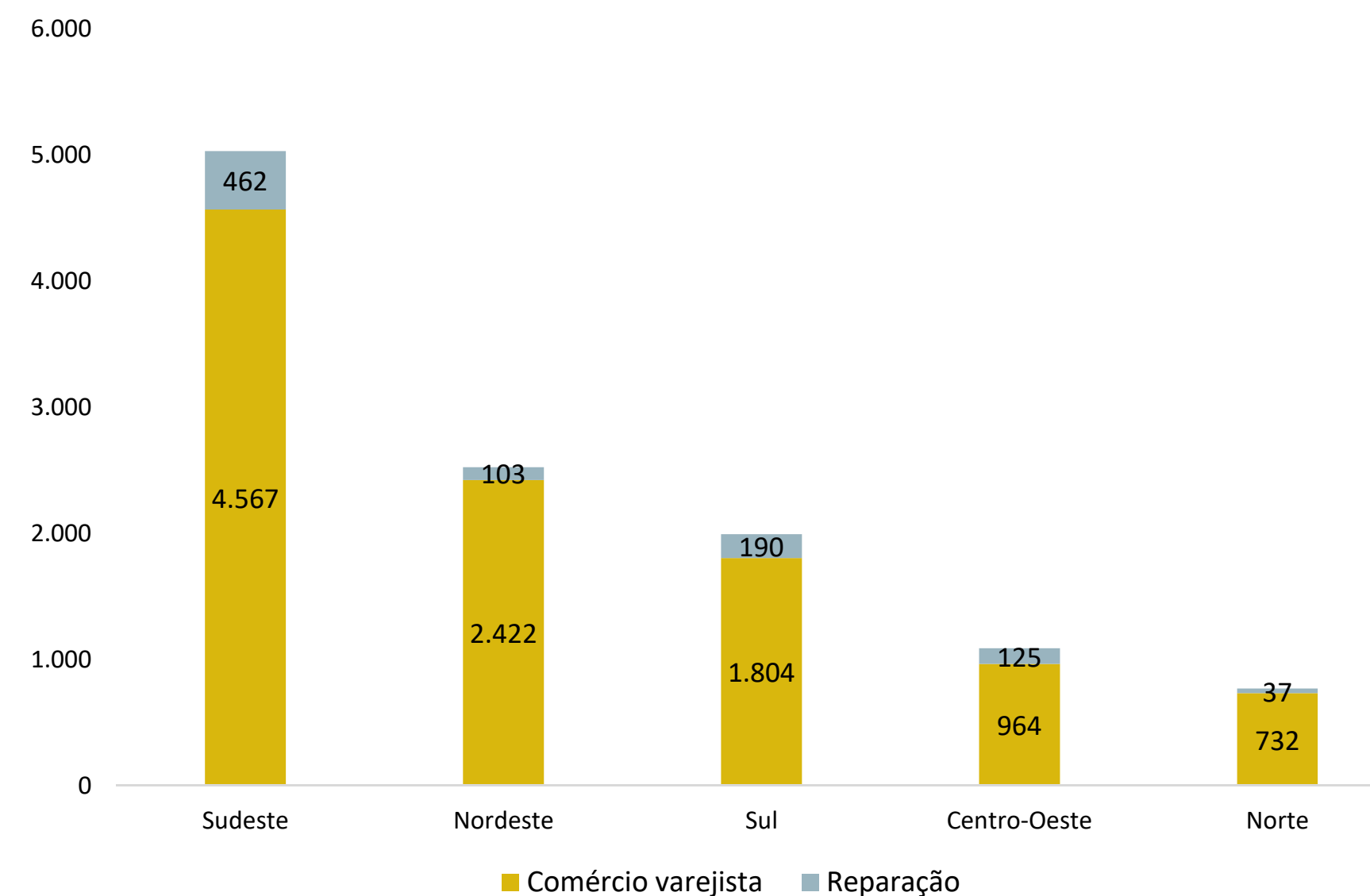


# Estabelecimentos de venda comércio de bicicletas e reparação e por grandes regiões em 2021 (RAIS)

## Região sudeste concentra os estabelecimentos

No Brasil, mais de 40% dos estabelecimentos estão na região sudeste, com destaque para a capital paulista, que concentra 540 empresas do Brasil no ramo.

A segunda cidade, Rio de Janeiro, possui 193 empresas e a terceira, com 191 empresas, está Brasília.



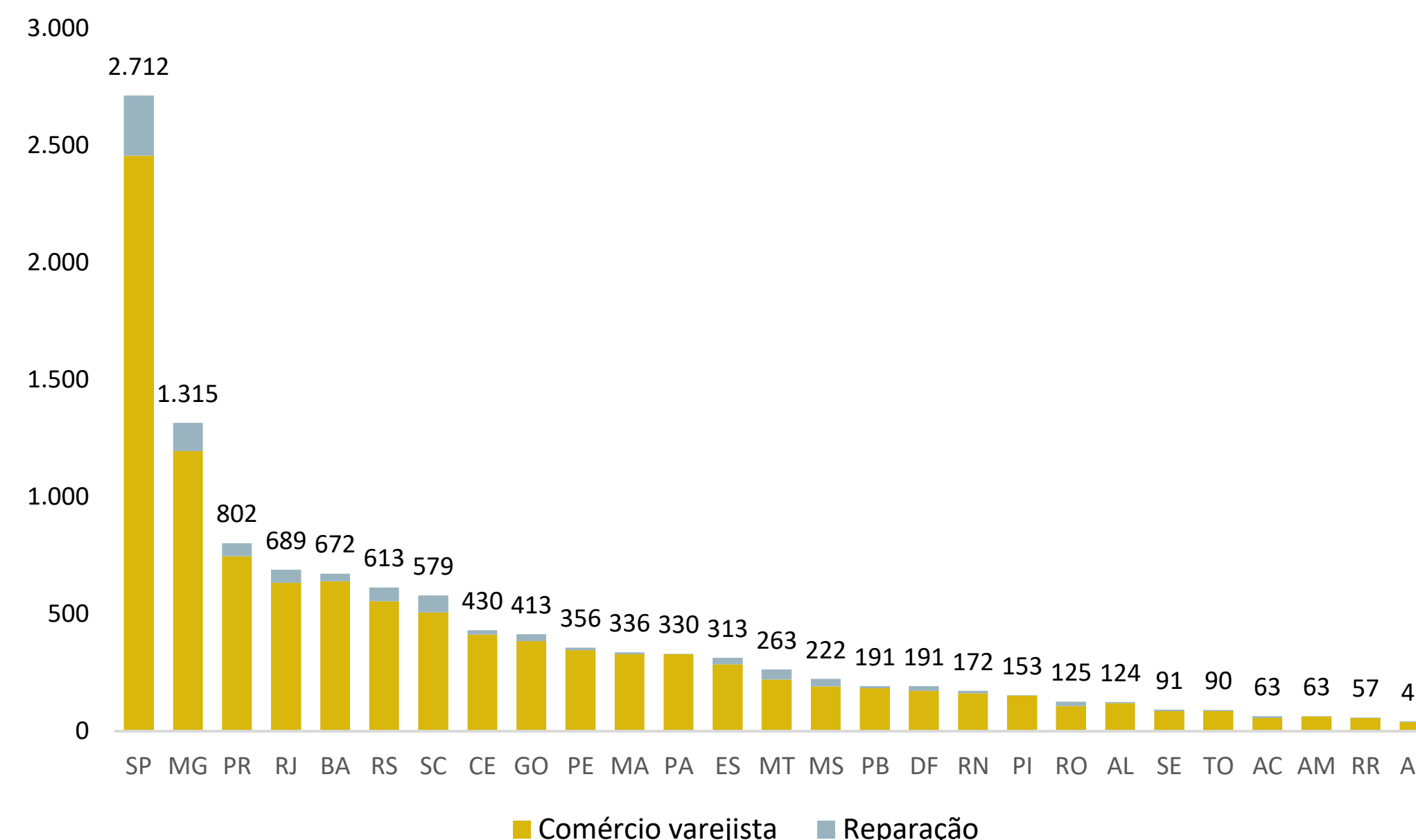
# Estabelecimentos de comércio varejista de bicicletas e reparação por UF em 2021 (RAIS)

## SP e MG concentram mais de 35% dos estabelecimentos do país

O estado de São Paulo concentra 24% dos estabelecimentos do país, seguido de Minas Gerais com 12% deles.

No sul, o Paraná concentra 7% do total nacional.

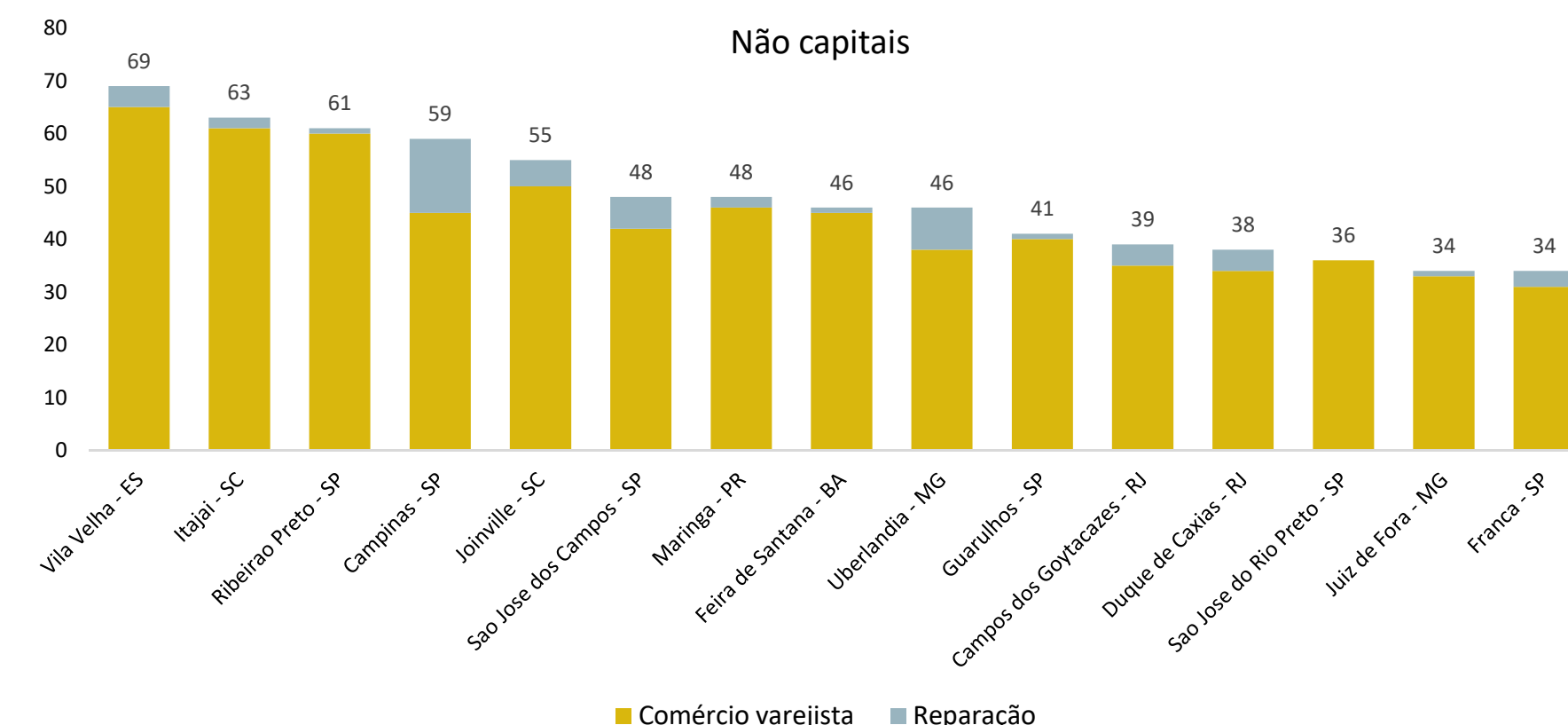
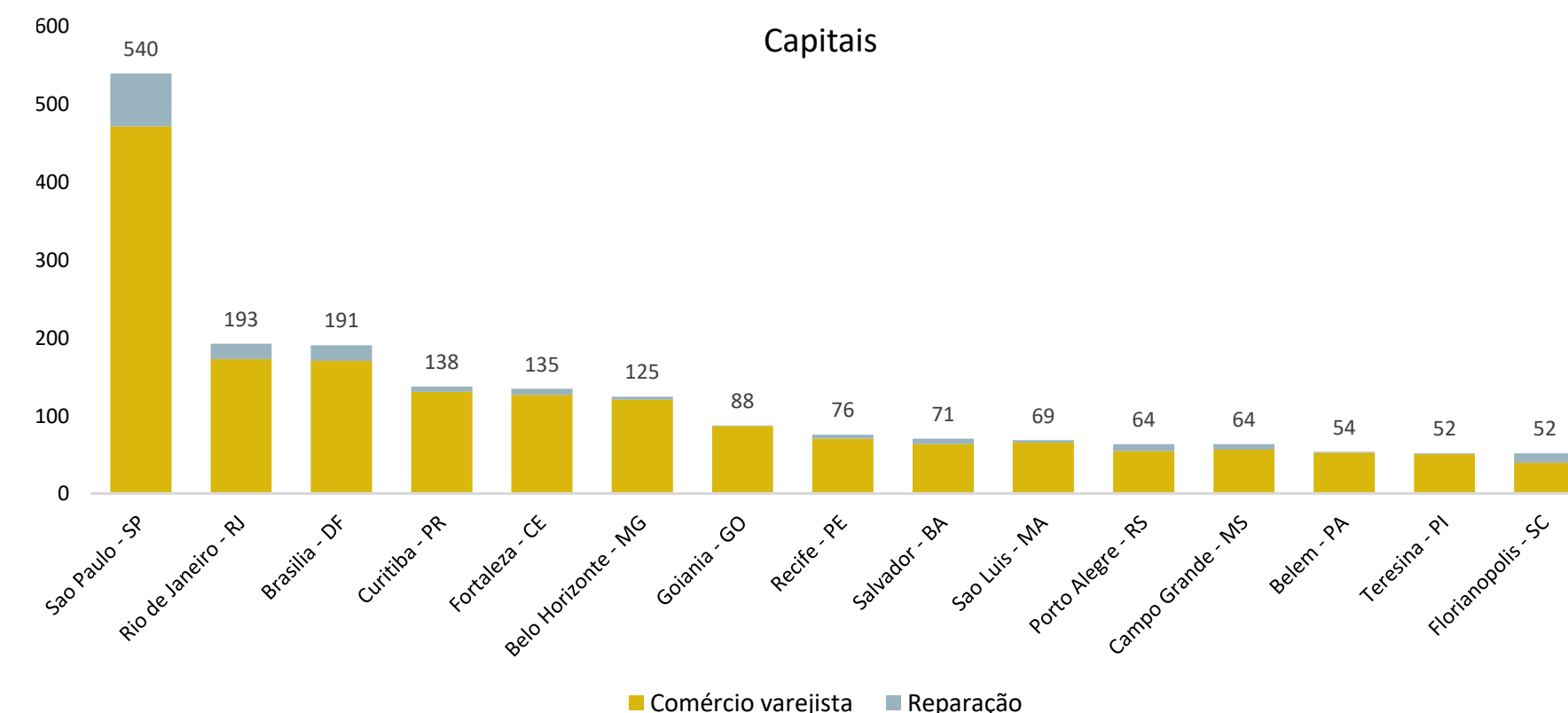
Entre os estados do Nordeste, destaque para a Bahia, com 6% do total de empresas e, na região norte, o Pará, com 3%.



# Estabelecimentos de comércio varejista de bicicletas e reparação pelas 15 principais capitais e não-capitais (RAIS)

**As capitais concentram mais de 20% dos estabelecimentos**

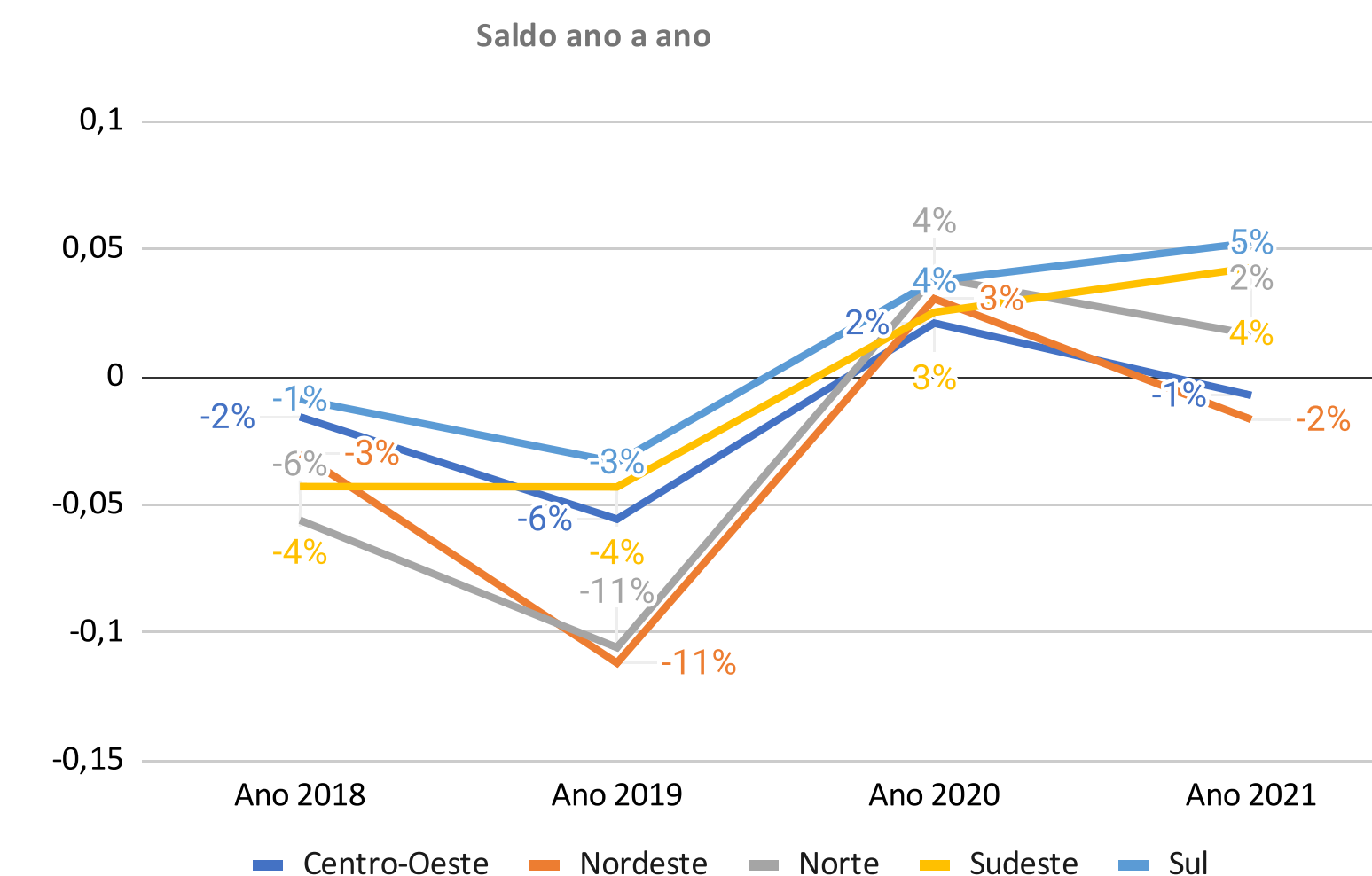
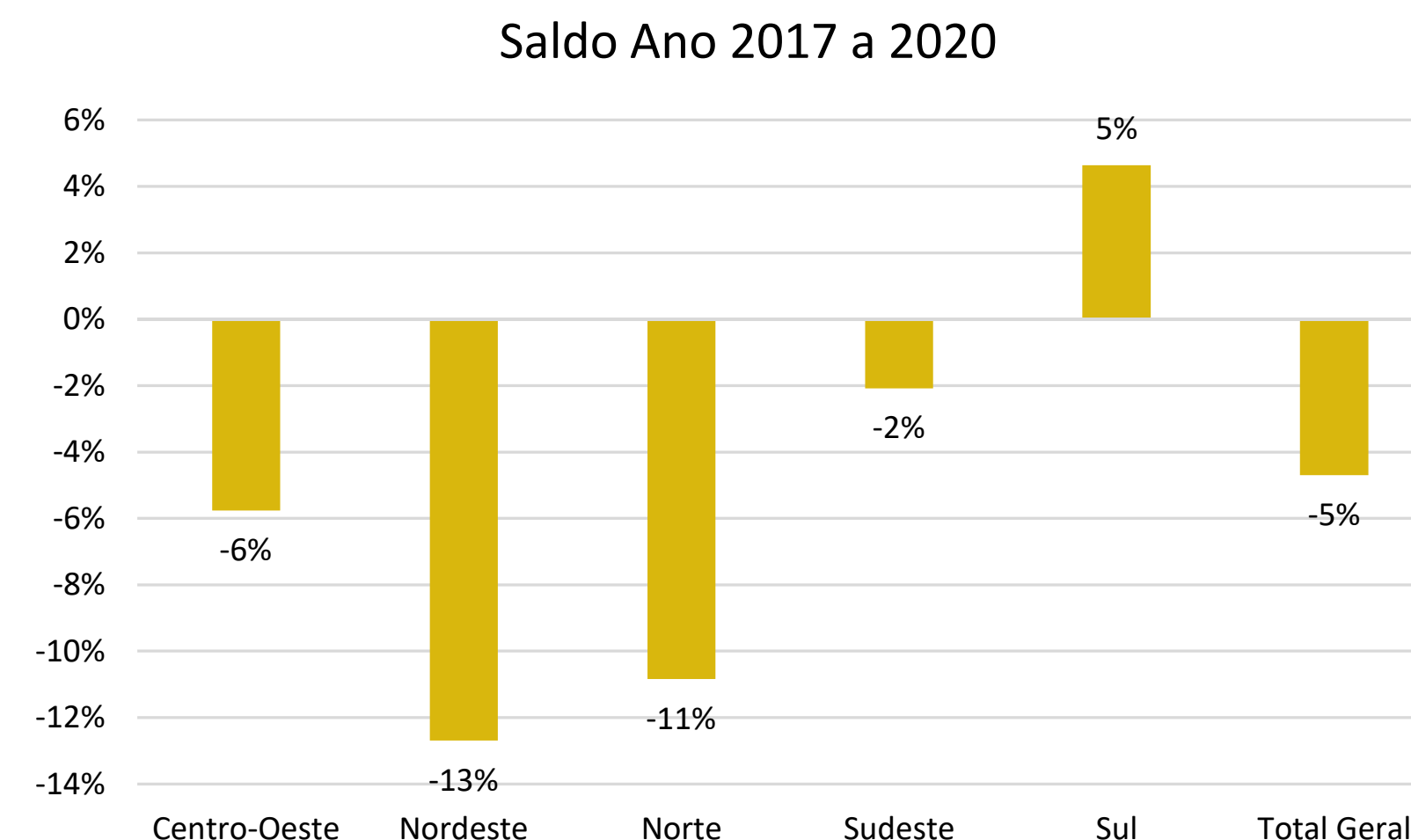
Existem estabelecimentos de comércio varejista de bicicleta e reparação em 2.229 municípios do país, isso equivale a 40% do total de cidades.



# Saldo de estabelecimentos de comércio varejista por grandes regiões (RAIS)

**Comércio varejista: embora o saldo 2017 – 2021 seja negativo parece haver uma tendência de recuperação**

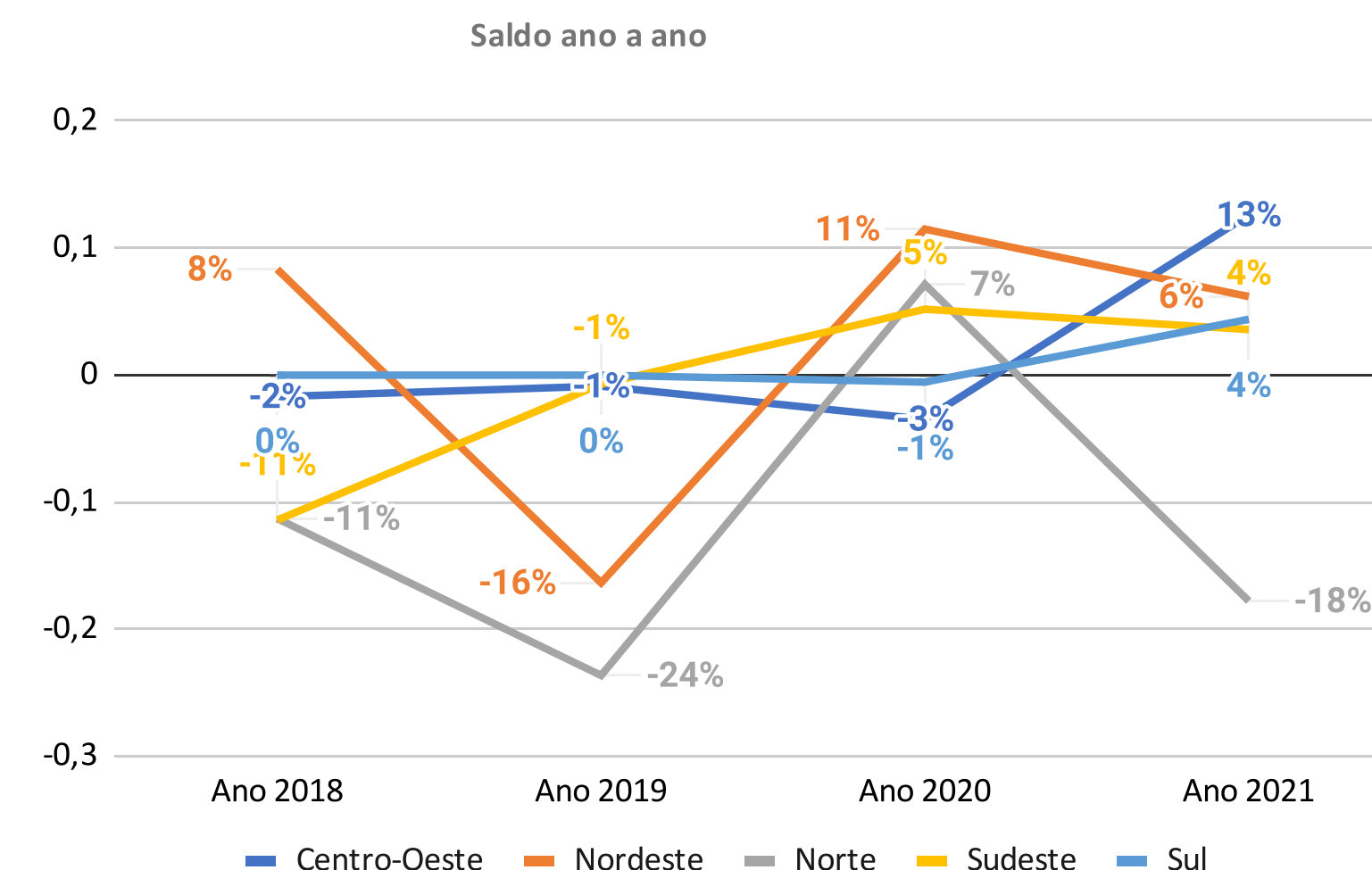
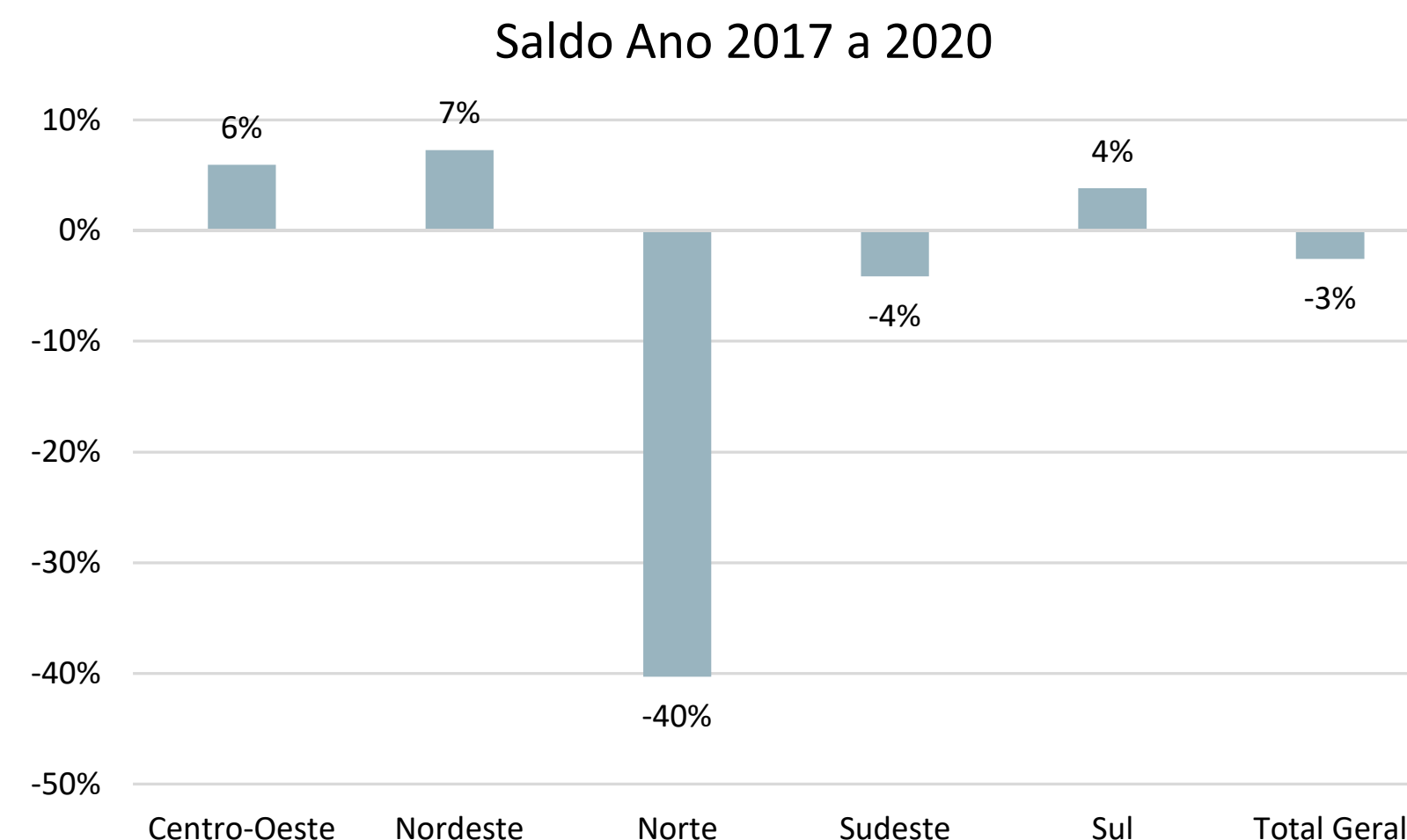
O boom de vendas de bicicletas a partir da pandemia parece ter impulsionado uma recuperação no volume de estabelecimentos, mas ainda é cedo para saber em que patamar esse número irá se estabilizar. Além disso, vale que o saldo é positivo para as regiões sul e sudeste entre 2020 e 2021.



# Saldo de estabelecimentos de reparação por grandes regiões (RAIS)

**Reparação: embora o saldo 2017 – 2021 seja negativo parece haver uma tendência de recuperação**

Centro-oeste, Nordeste e Sul tiveram saldo positivo no total do período. A queda de 4% na região Sudeste é bastante significativa para os números totais do setor, em função da representatividade desta região para o país. A pandemia parece ter impulsionado em especial as regiões Norte e Nordeste.

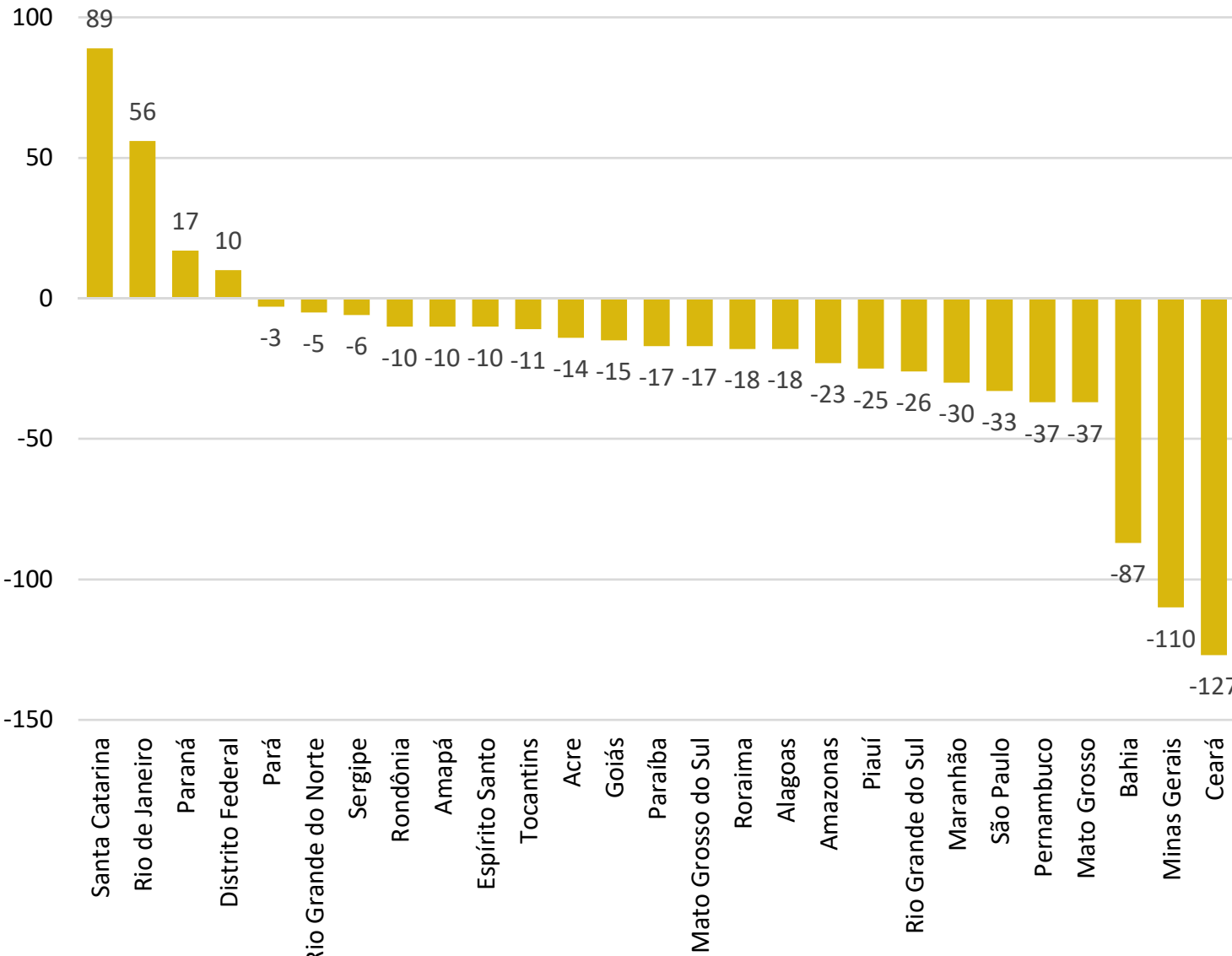


# Saldo de estabelecimentos de reparação por UF (RAIS)

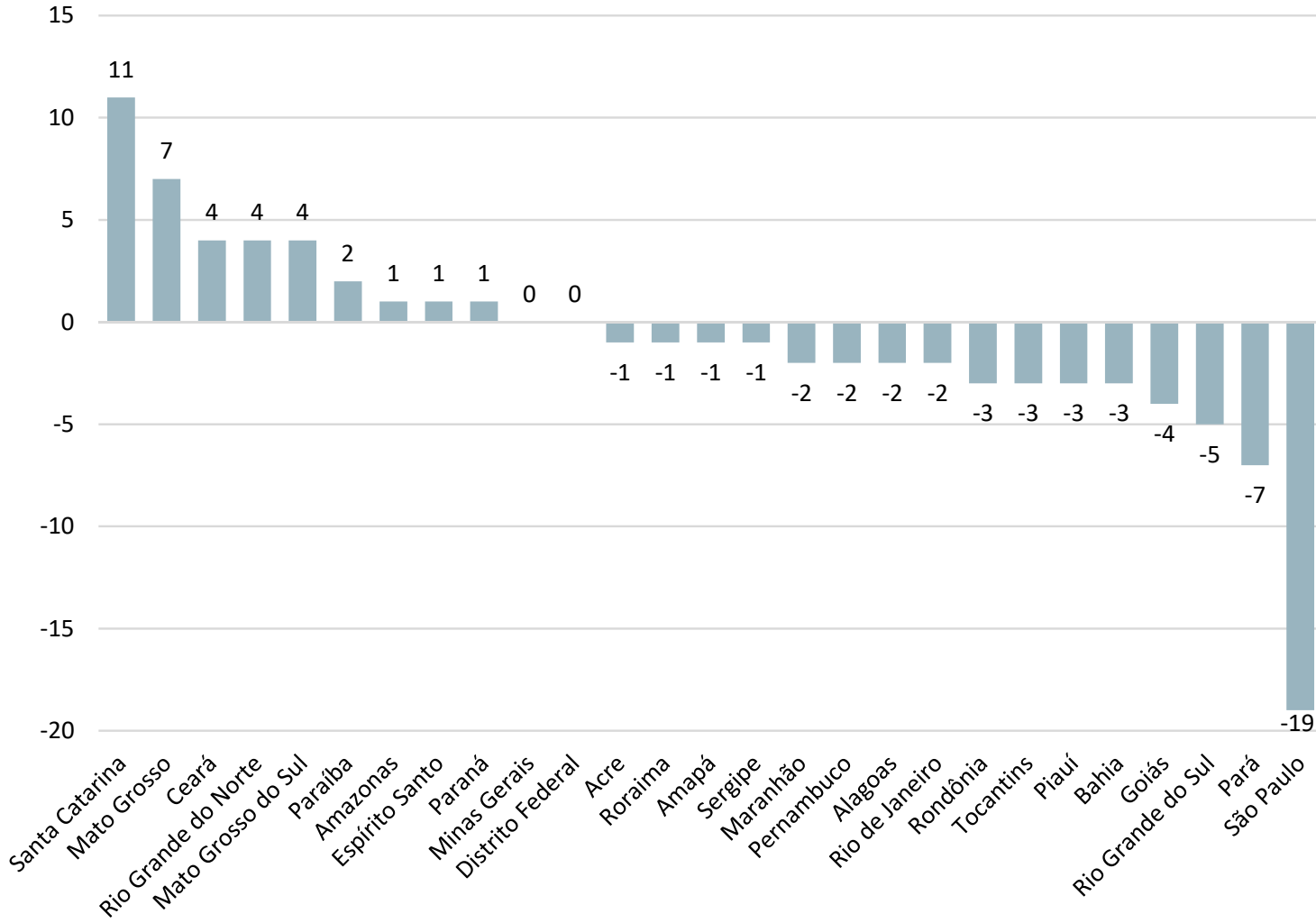
**Santa Catarina é a UF com maior saldo positivo em número total de estabelecimentos entre 2017 e 2021**

Santa Catarina aumentou o volume de estabelecimentos em comércio varejista em 21% no período, e de reparação em 17%.

Saldo 2017 - 2021 - Comércio Varejista



Saldo 2017 - 2021 - Reparação

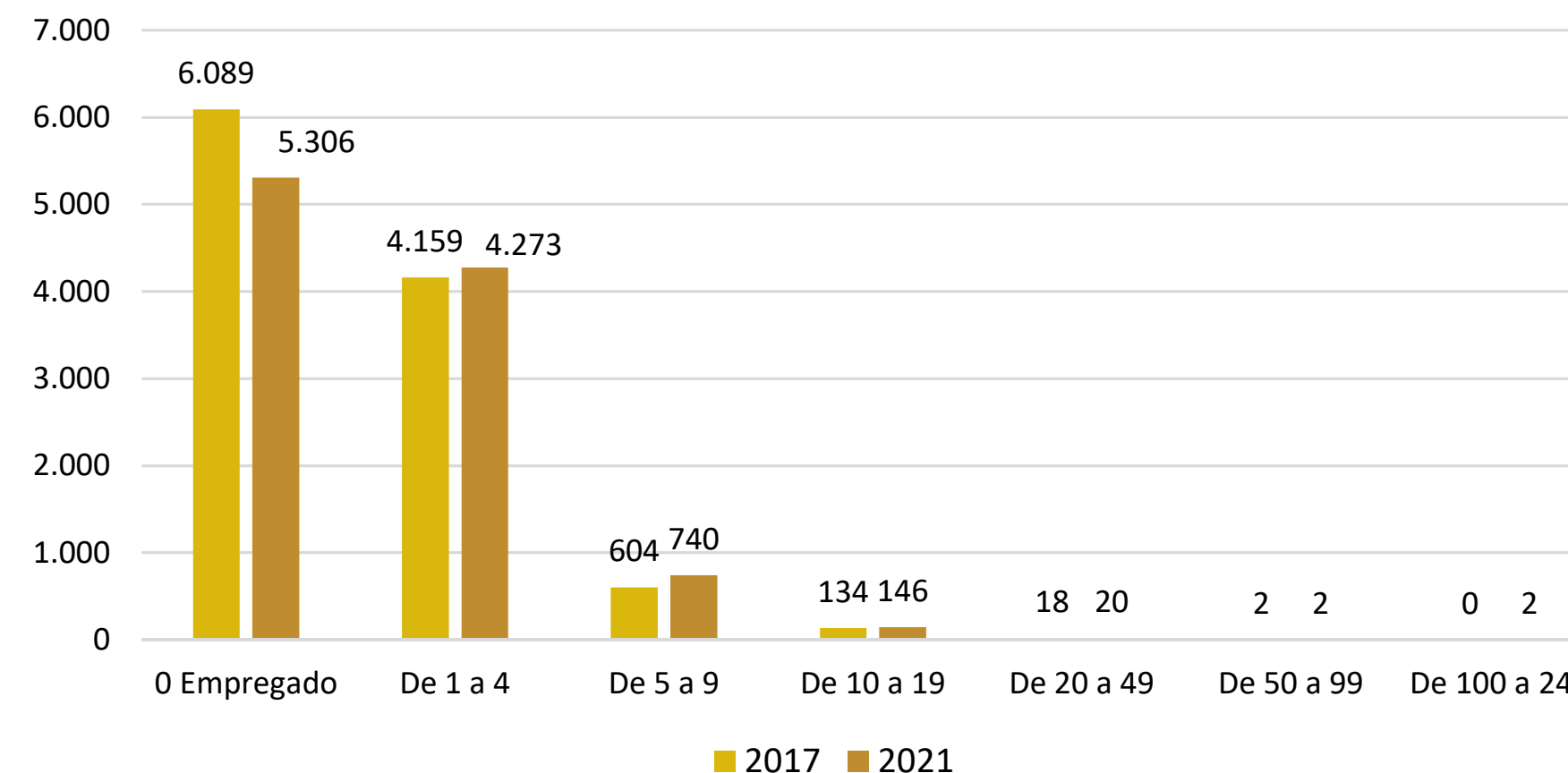


# Saldo de estabelecimentos de comércio varejista e reparação por tamanho do estabelecimento (RAIS)

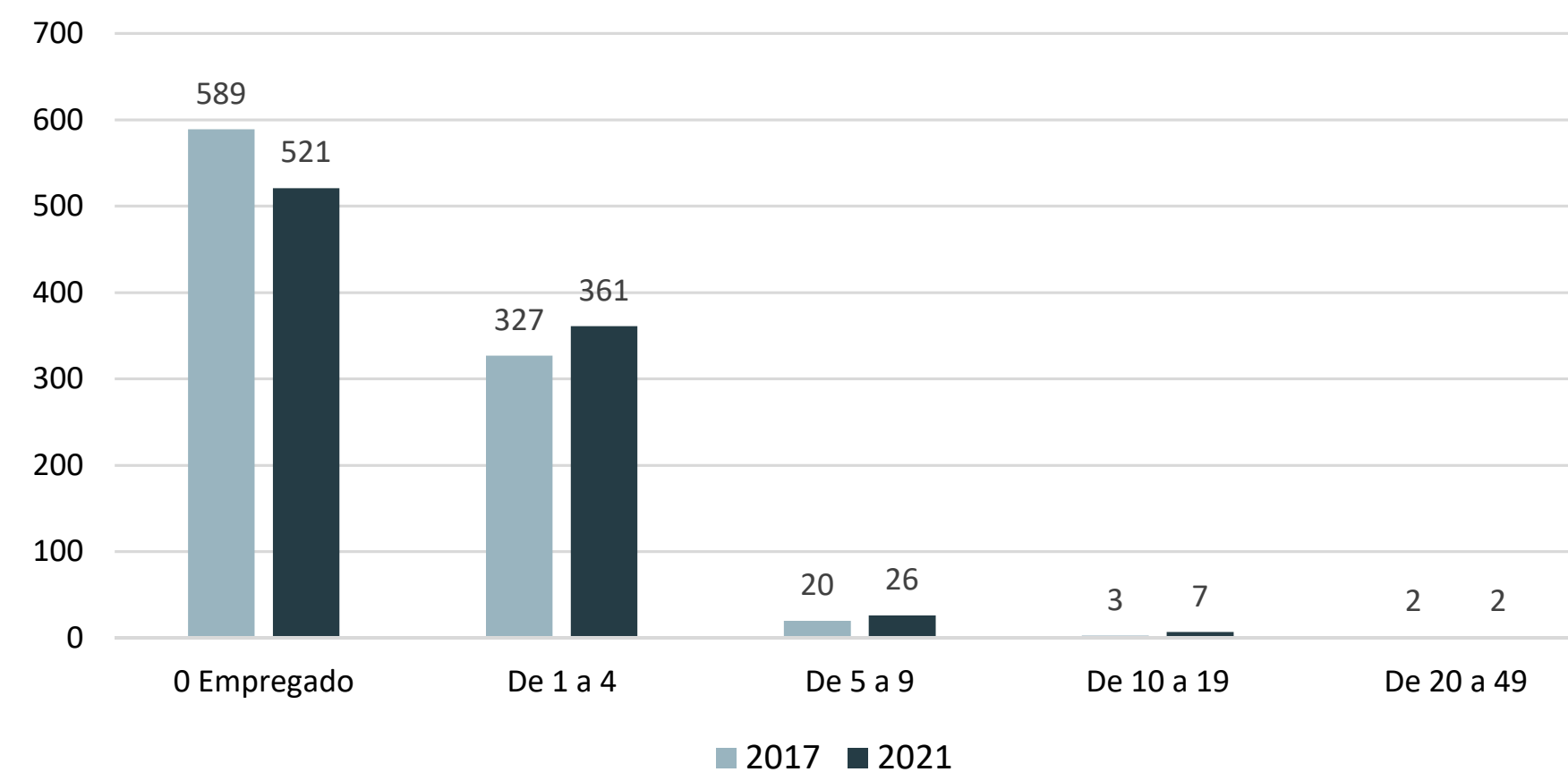
## Estabelecimentos com 1 a 4 funcionários tem saldo positivo no período

Há uma queda expressiva de estabelecimentos sem funcionários tanto no comércio varejista (-13%) quanto no setor de reparação (-12%).

Comércio Varejista



Reparação



# Pesquisa anual de comércio varejista - Vínculos

Edição 2022



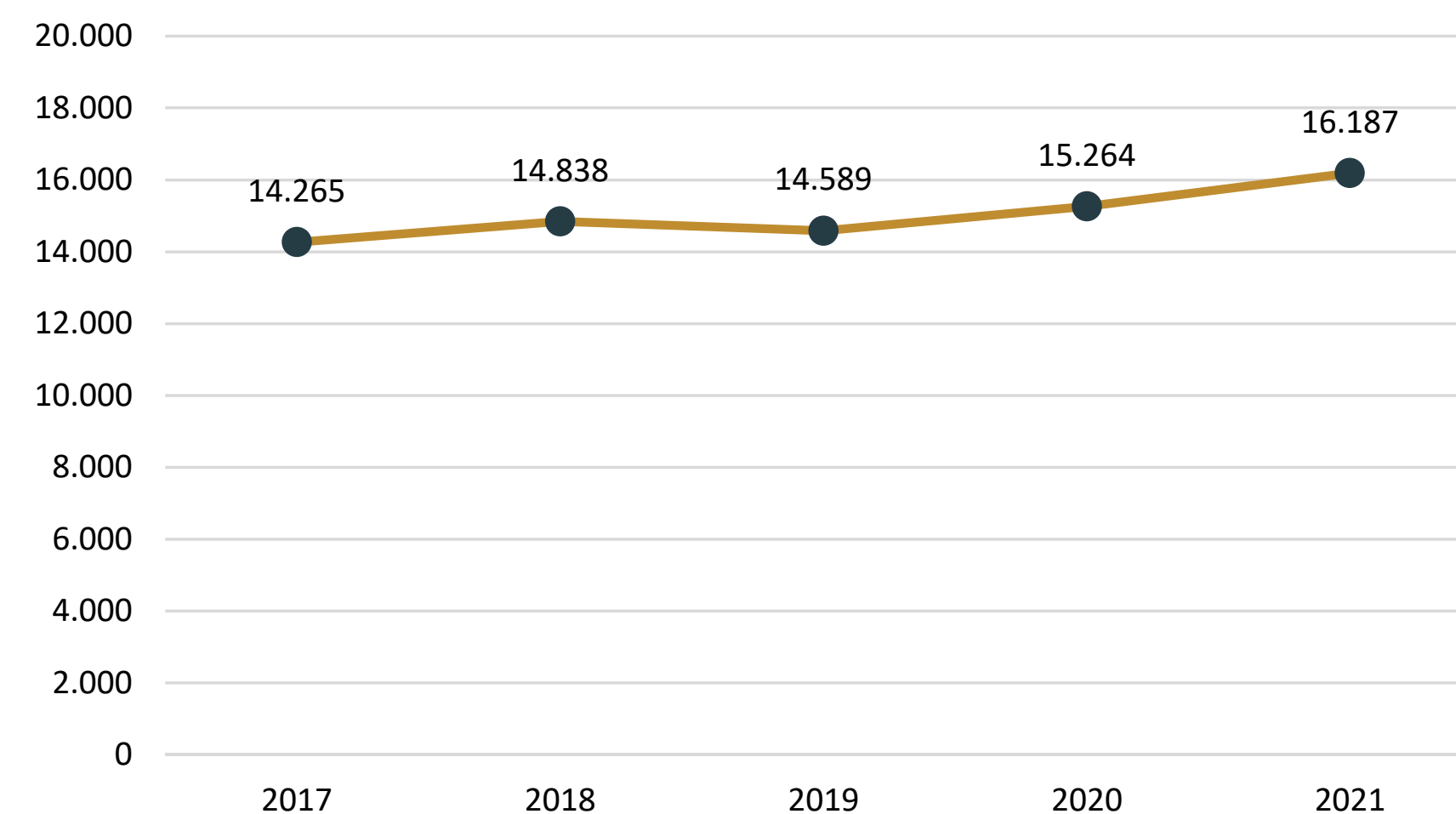


# Vínculos formais entre 2017 e 2021 (RAIS)

## Os vínculos de trabalho no mercado formal de varejo e reparação crescem desde 2017

O crescimento de vínculos formais observado no período é de 3% ao ano em média, com destaque para o intervalo entre 2020 e 2021, quando o volume de empregos cresceu 6%.

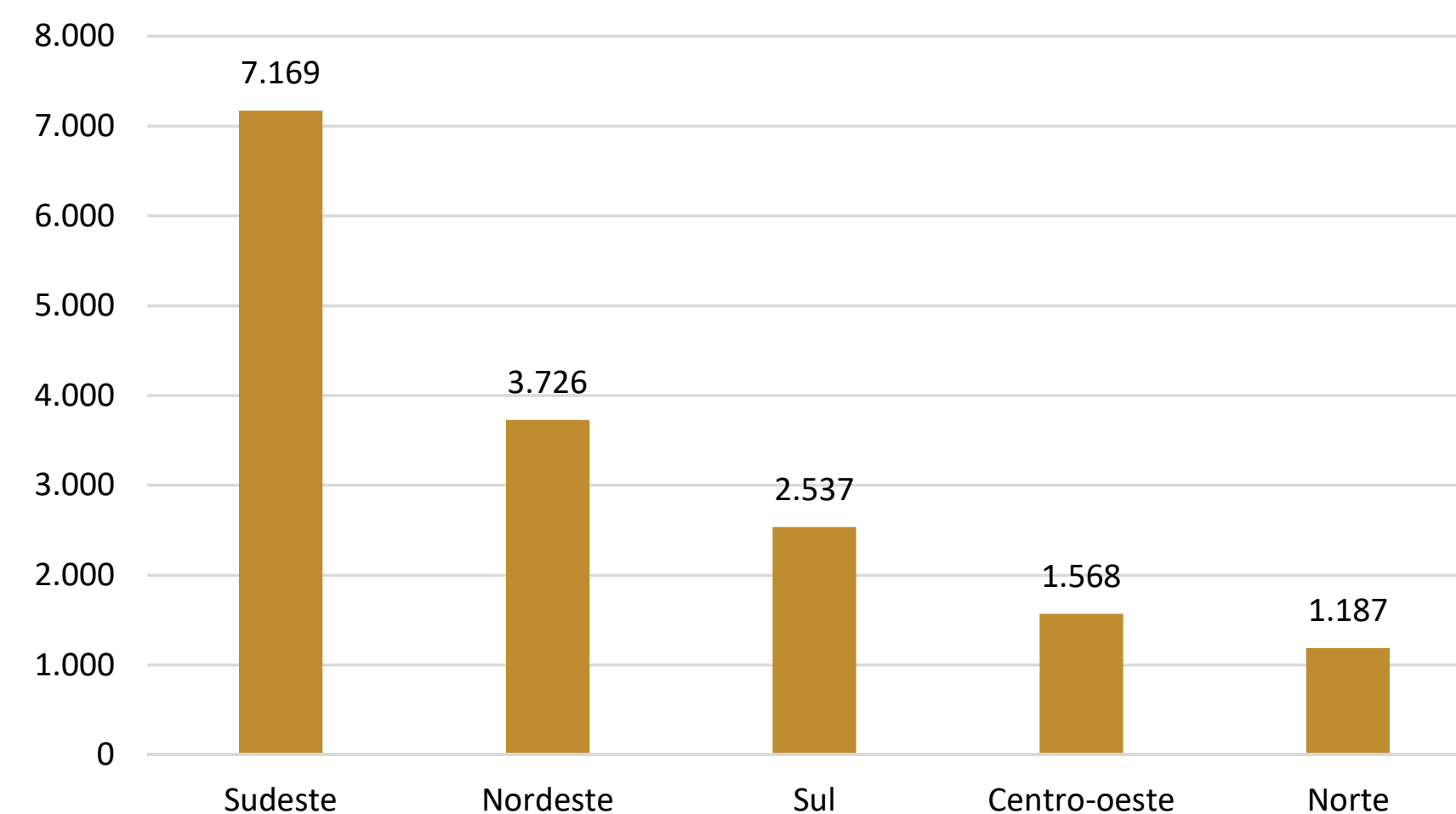
O pior cenário, por outro lado, se deu entre 2018 e 2019, quando o setor perdeu 2% de vínculos formais.



# Vínculos formais em 2021 por grandes regiões (RAIS)

**A região sudeste concentra os vínculos formais de 2021.**

O sudeste concentra 44% dos vínculos formais de trabalho, enquanto a região nordeste 23%.

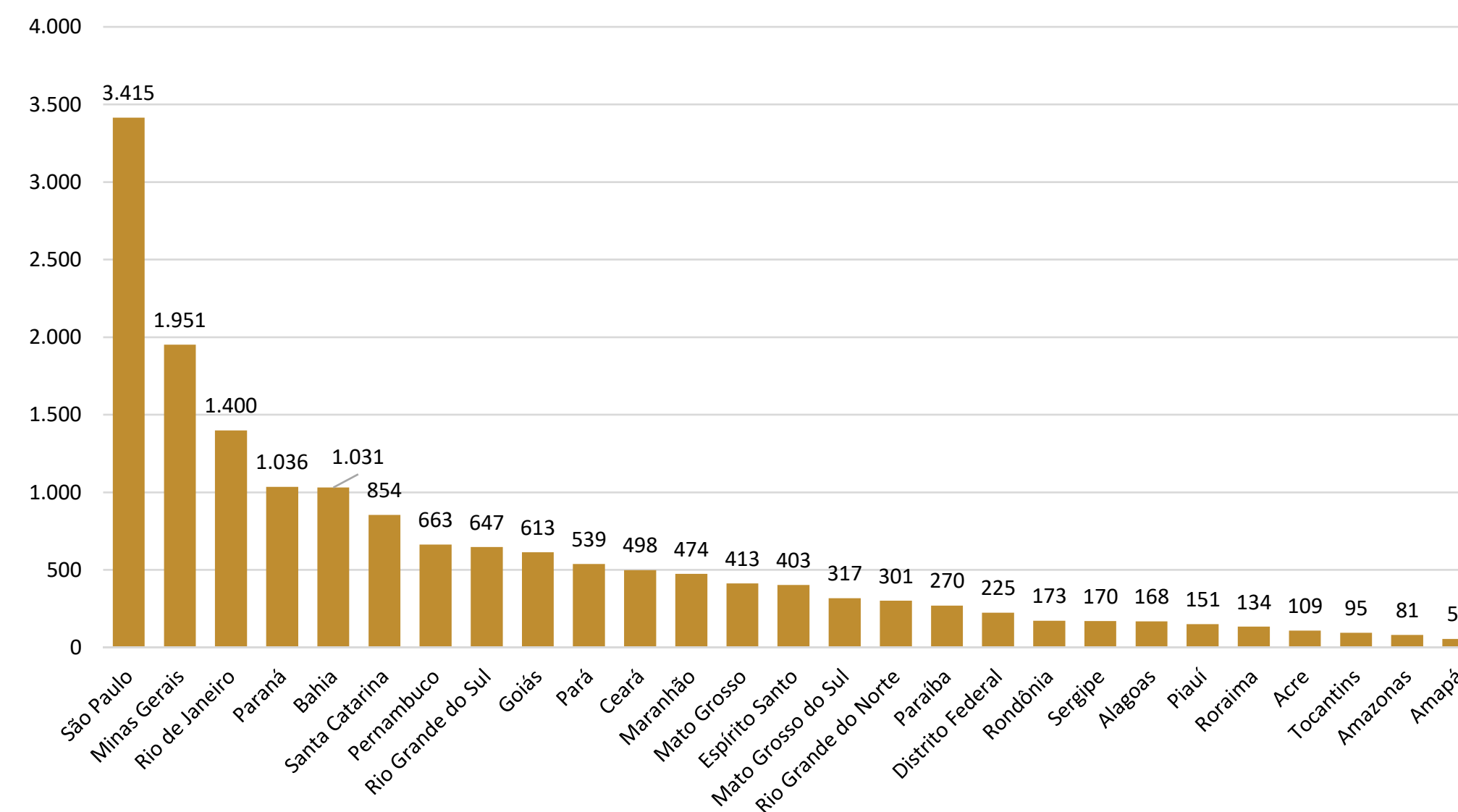


# Vínculos formais por UF (RAIS)

Os estados do sudeste São Paulo (21%), Minas Gerais (12%) e Rio de Janeiro (9%) são os que mais concentram vínculos.

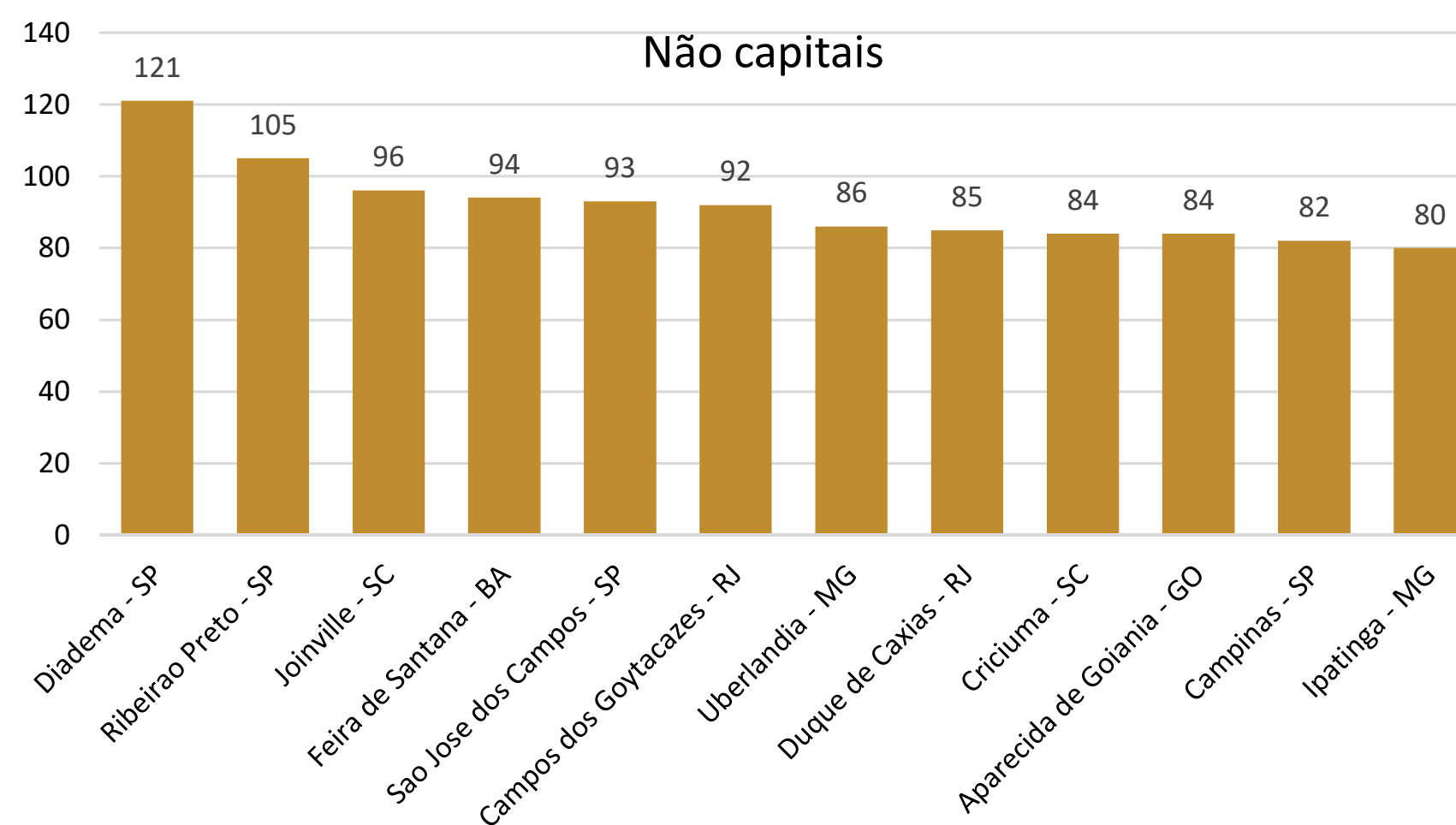
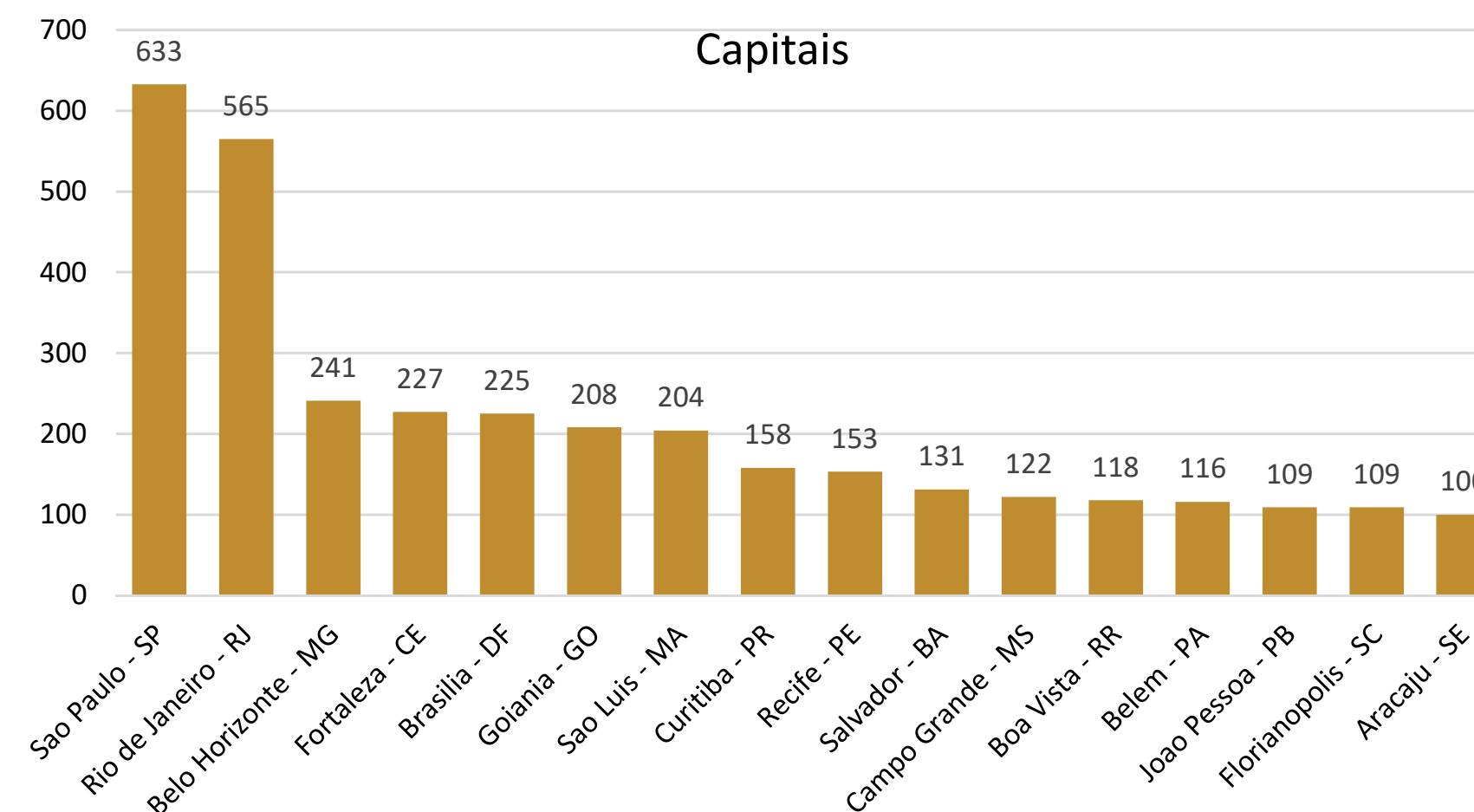
O Paraná se destaca pela região sul e Bahia pela região nordeste, com 6% do total de vínculos cada um.

Por fim, Goiás se destaca pela região Centro-Oeste (4%) e Maranhão (3%) pela região norte.



# Vínculos formais por capitais e não capitais (RAIS)

A região sudeste é proeminente entre capitais e não capitais em relação ao volume de vínculos. Algumas não capitais como Diadema e Ribeirão Preto no estado paulista possuem mais vínculos formais do que capitais como Florianópolis ou Aracaju.

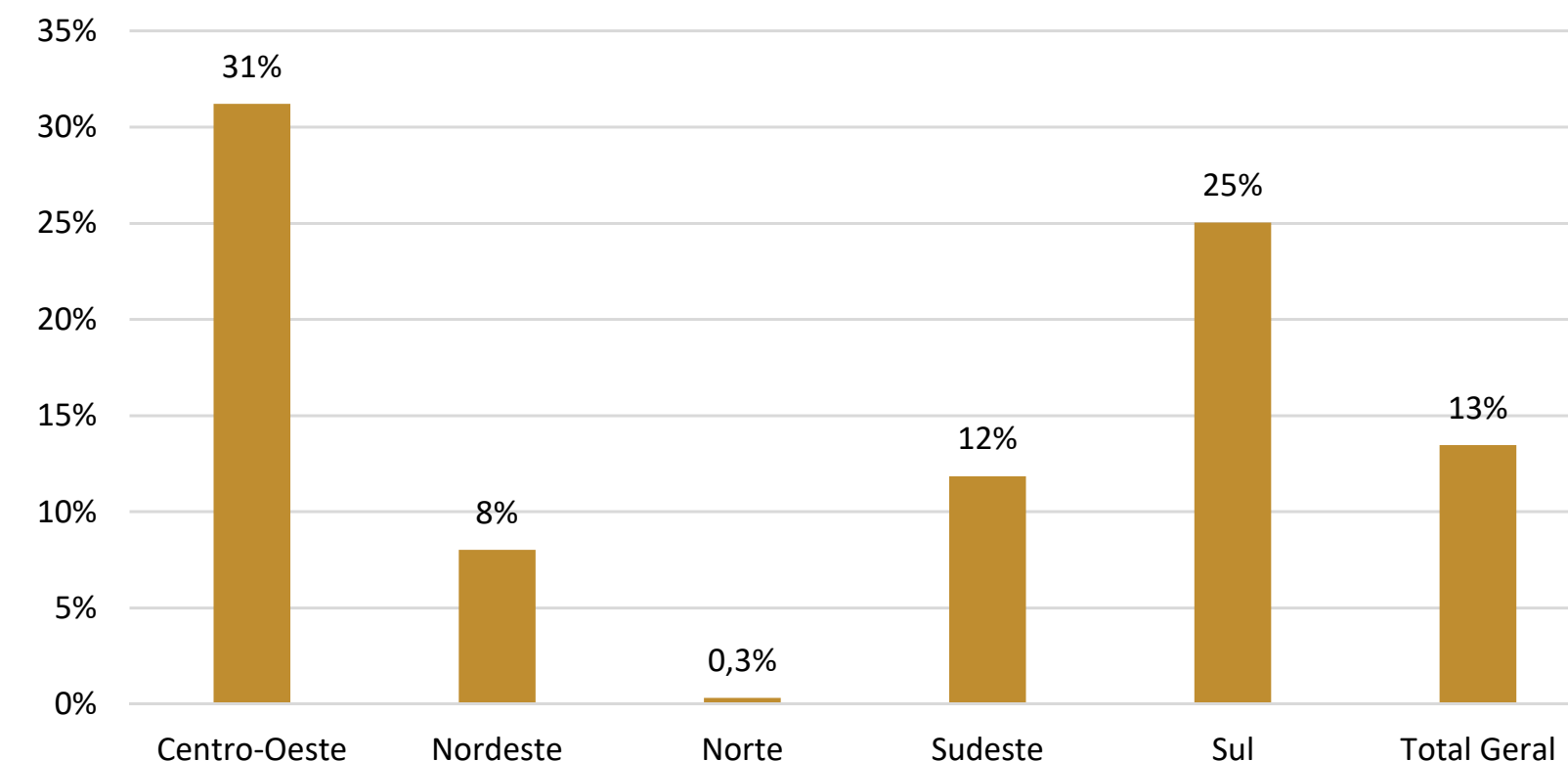


# Saldo de vínculos formais entre 2017 e 2021 por grandes regiões (RAIS)

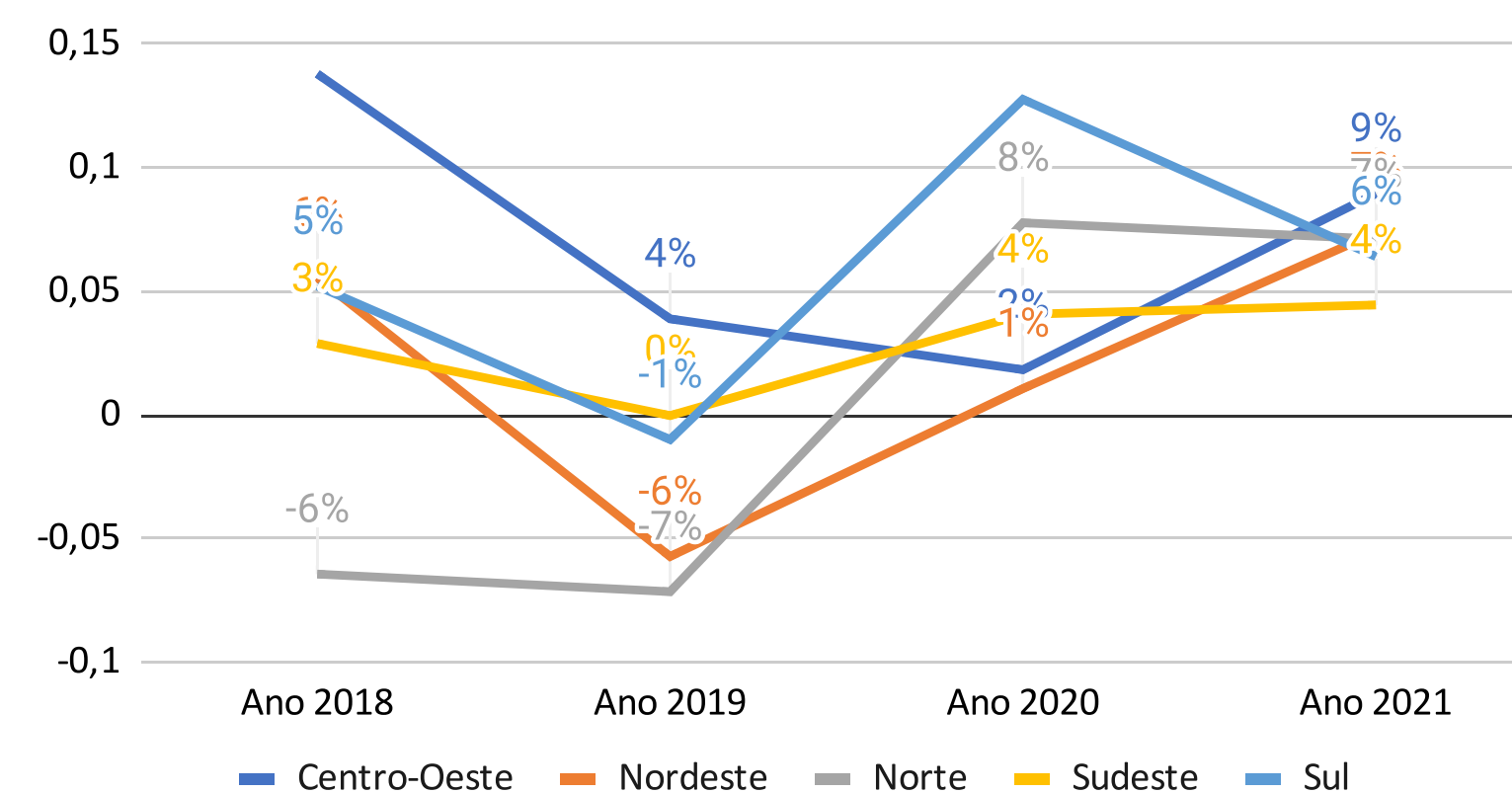
**Todas as regiões tiveram saldo de vínculos positivo entre 2017 e 2021**

A pandemia foi um ponto de alavancagem dos vínculos. O saldo de vínculos formais entre 2019 e 2020 na região sul, por exemplo, é de 13% e na região norte, de 8%.

Saldo Ano 2017 a 2020



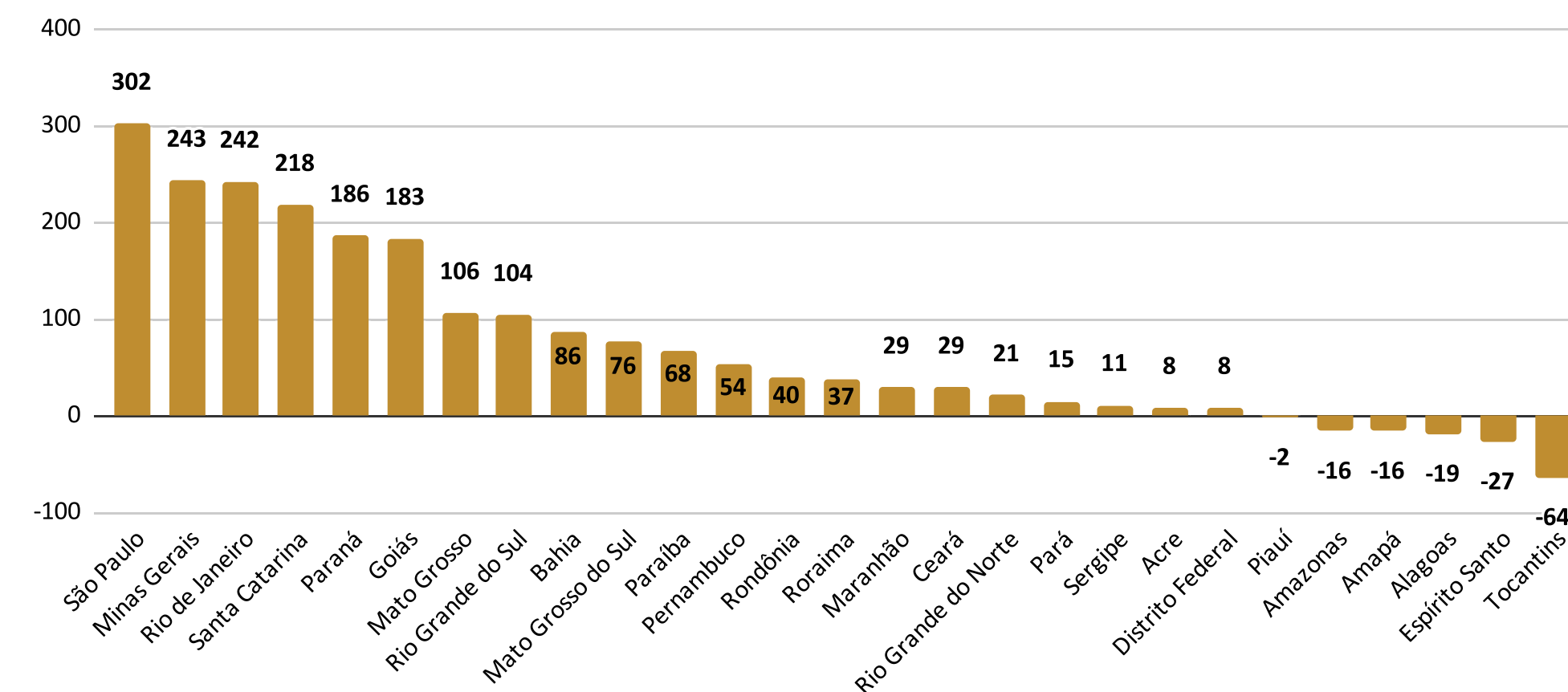
Saldo ano a ano



# Saldo de vínculos formais entre 2017 e 2021 por UF (RAIS)

**Apenas 6 UFs tiveram saldo de vínculos negativo no período analisado**

Embora em valores brutos, o estado de São Paulo seja o que mais aumentou o volume de vínculos formais no setor, em dados relativos é importante chamar a atenção para o estado de Goiás que aumentou 43%, Mato Grosso e Santa Catarina, que aumentaram respectivamente 35% e 34%.



# Remuneração média em dezembro de 2017 a 2021 (RAIS)\*

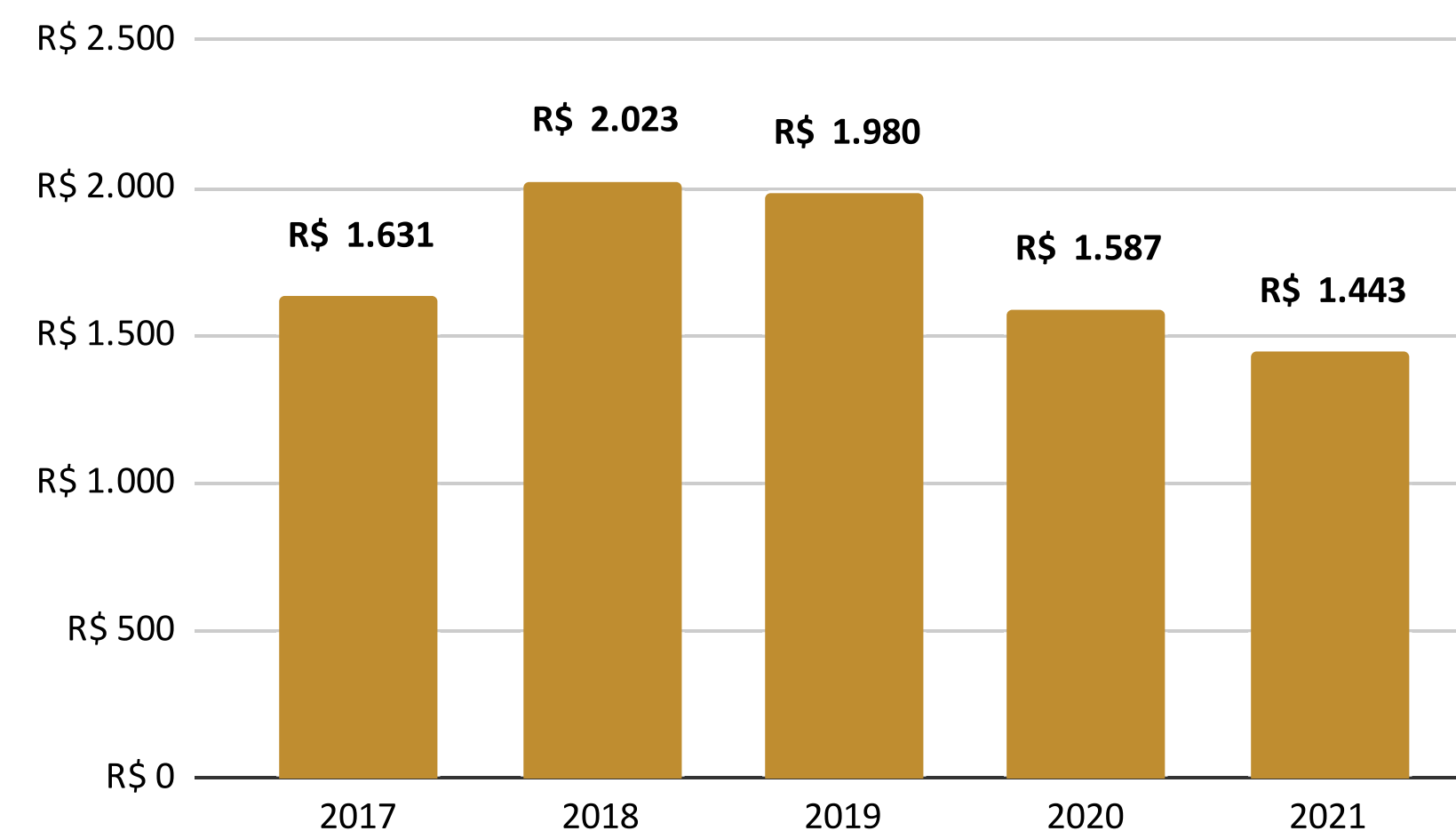
## A remuneração média no setor caiu

A remuneração média do setor caiu 11% entre 2017 e 2021.

Isso possivelmente está associado à crise originária da pandemia de Covid-19, na qual, a inflação ficou acima de eventuais manutenções ou mesmo reajustes de salários.

É importante dizer que esse fenômeno pôde ser observado também em outros setores. Um rápido exer-

cício com a PNADc (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua) do IBGE, nos mostra que o rendimento do trabalho principal no Brasil caiu 5% entre janeiro de 2019 e setembro de 2022.

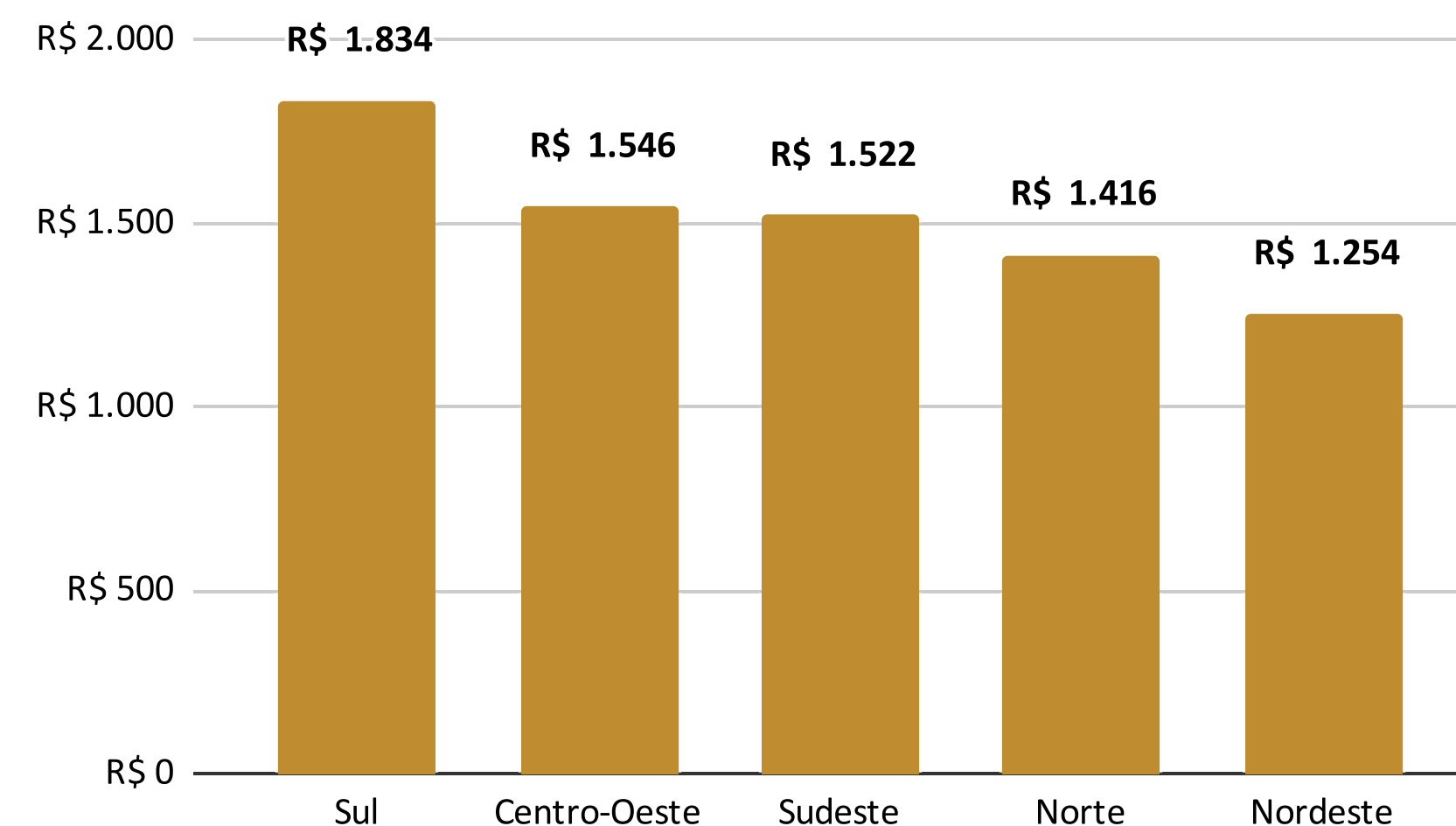


# Remuneração média em 2021 por grandes regiões (RAIS)

## Região sul possui os melhores salários no setor

A região sul possui a maior remuneração média. Ela é 46% mais alta que o valor observado na região nordeste, com menor valor médio.

É importante dizer que o poder de paridade de compra é diferente nas diferentes regiões do país o que leva a necessidade de uma análise mais aprofundada sobre os custos de vida nos respectivos territórios para refinar qualquer análise de desigualdade.





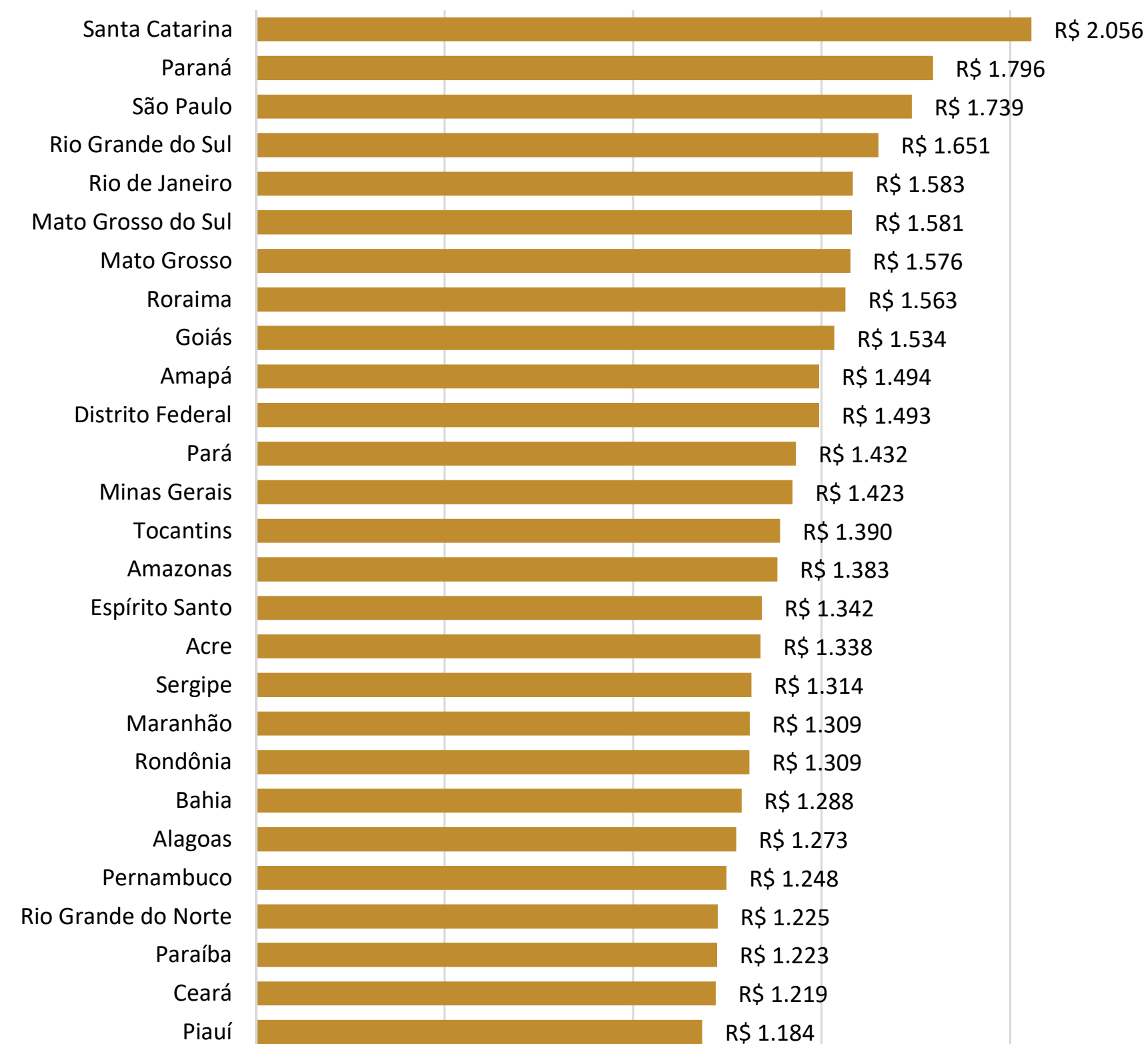
# Remuneração média 2021 por UF (RAIS)

## Santa Catarina é o estado com melhor remuneração

A remuneração média do estado de Santa Catarina é 74% maior que do Piauí.

Entre os estados do sudeste, São Paulo (3º) tem a melhor remuneração.

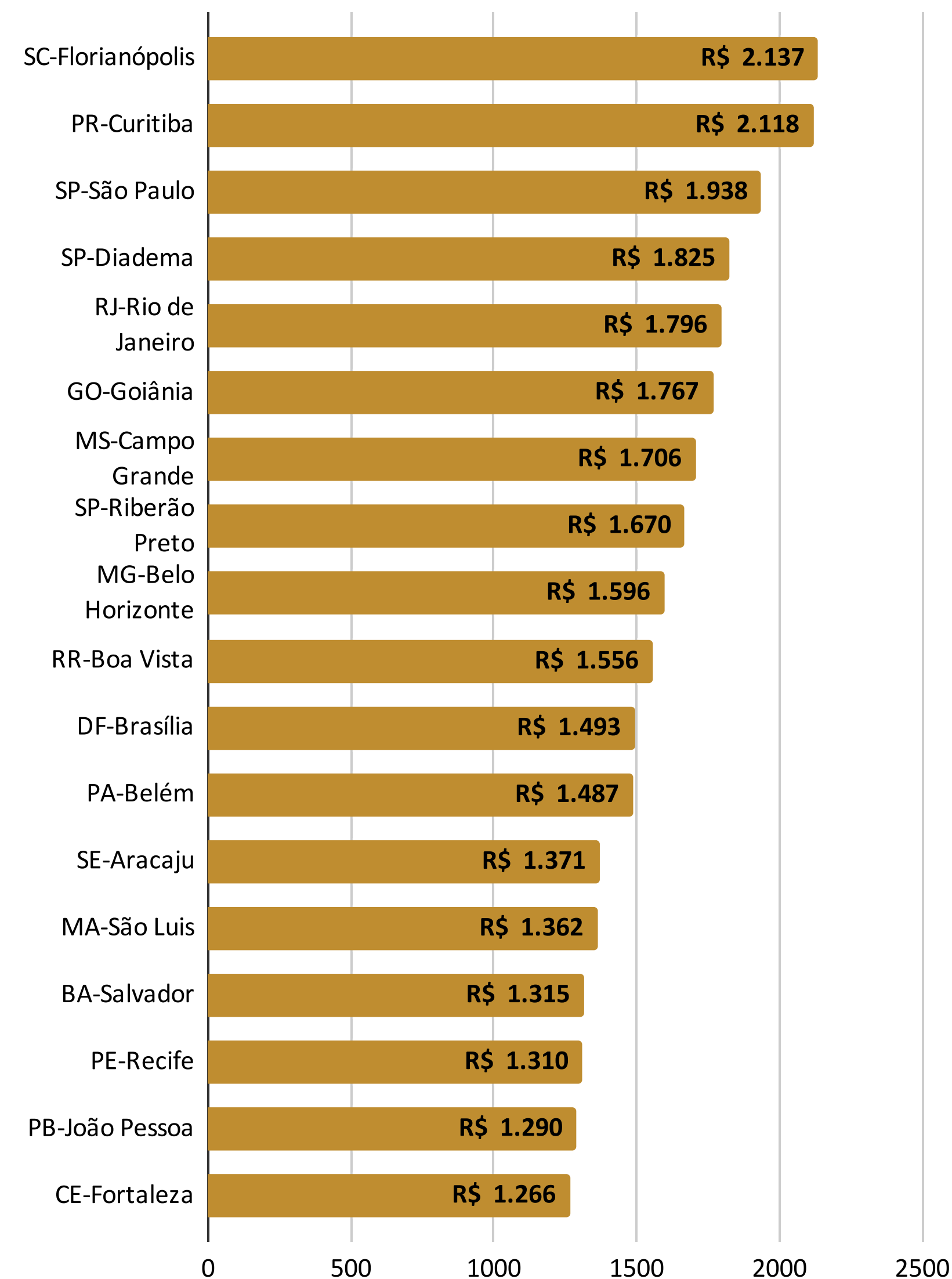
Já entre os estados do centro-oeste, o Mato Grosso do Sul (6º) se destaca, no nordeste é o estado de Sergipe (18º) e no norte, Roraima (8º).



# Remuneração média 2021 por cidades com mais de 100 empregados no setor (RAIS)

**Das principais cidades em empregabilidade, Florianópolis é a cidade com melhor remuneração.**

Entre as cidades com mais de 100 vagas no setor, as maiores remunerações estão no sul e sudeste. Capitais do centro-oeste, norte e nordeste também aparecem na lista, embora com remuneração relativa menor.



# Saldo média anual entre 2017 e 2021 por Grandes Regiões (RAIS)\*

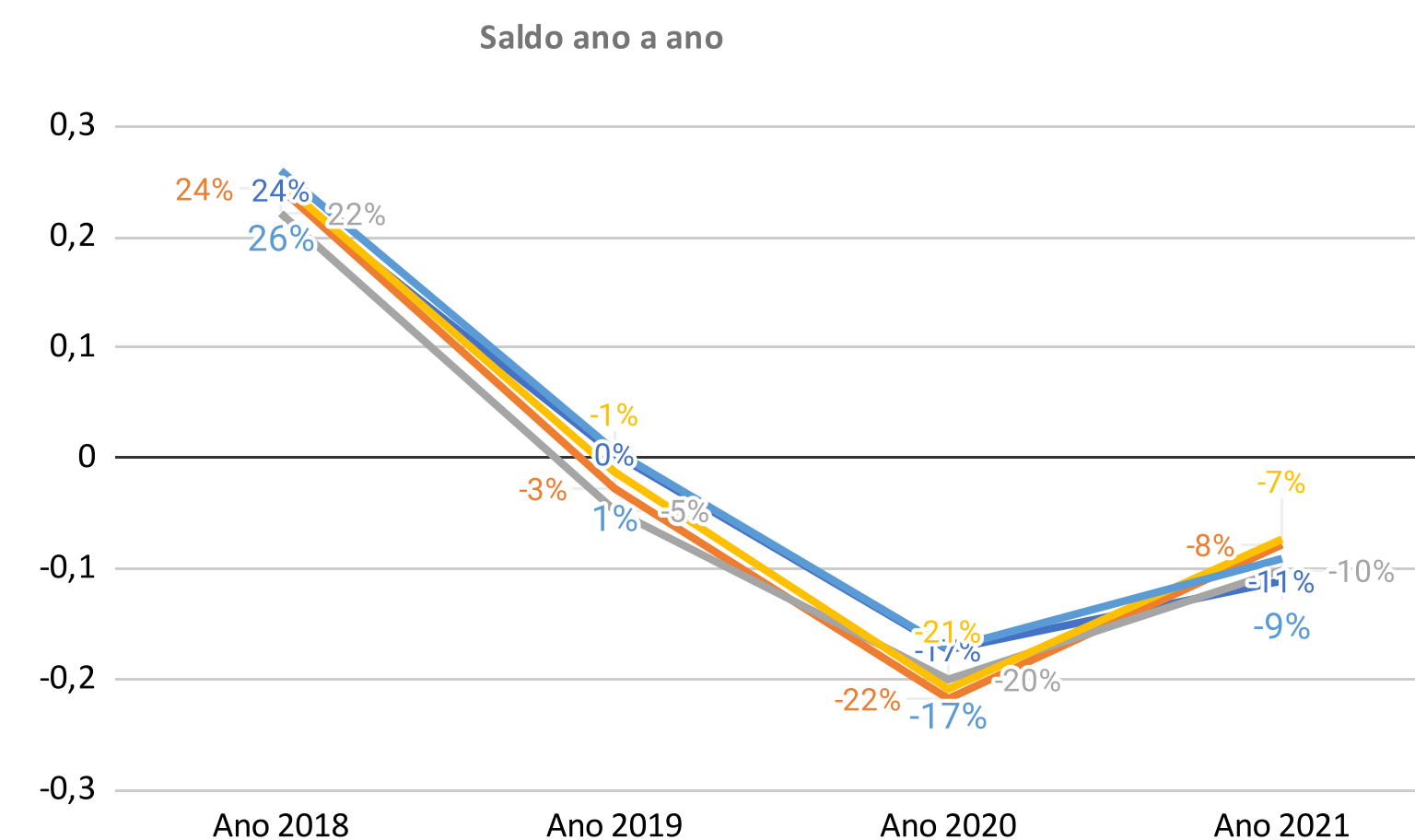
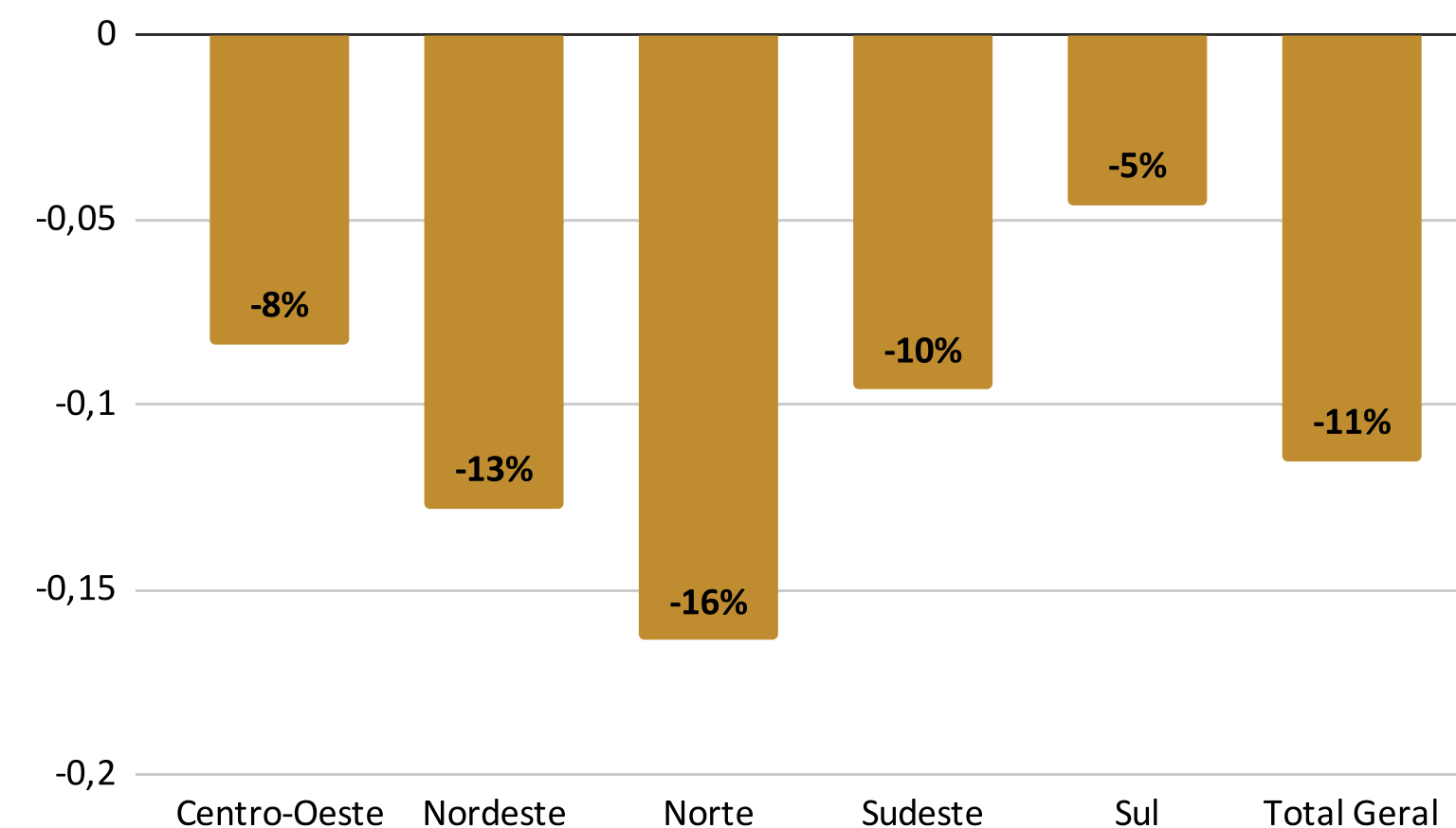
**A crise agravou a remuneração média para todas as regiões**

A região sul foi a menos afetada.

O gráfico de saldo ano a ano mostra que a queda da remuneração média dos trabalhadores formais do setor vinha desde antes da pandemia.

O boom do setor durante a crise sanitária, entretanto, parece ter ajudado a recuperar o valor dos salários, muito embora abaixo dos patamares praticados em 2018.

Mais uma vez, vale lembrar que isso provavelmente ocorre por conta de uma situação conjuntural na economia do país, no qual a inflação é maior que eventuais manutenções ou reajustes salariais



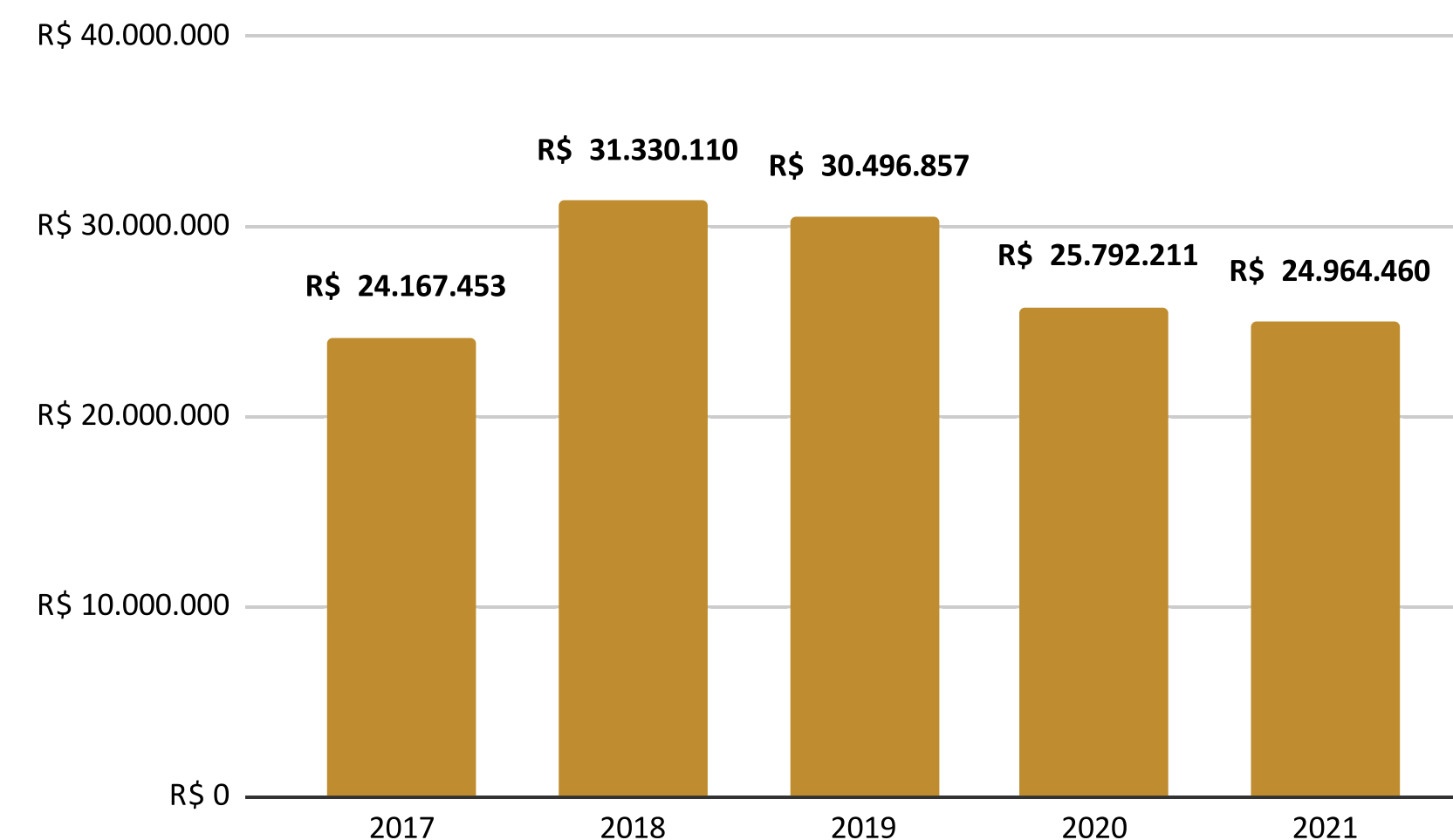
# Massa salarial por ano (RAIS)\*

**Massa salarial do setor vem caindo desde 2018, mas a tendência é de estabilização.**

A massa salarial de 2021 é 20% menor que a de 2018, ano mais promissor na série histórica.

A maior queda observada foi entre 2019 e 2020 (-15%). Já a menor queda se deu entre 2018 e 2019 (-2,7%).

Vale dizer que entre 2017 e 2018, o saldo de massa salarial do setor de 30%.



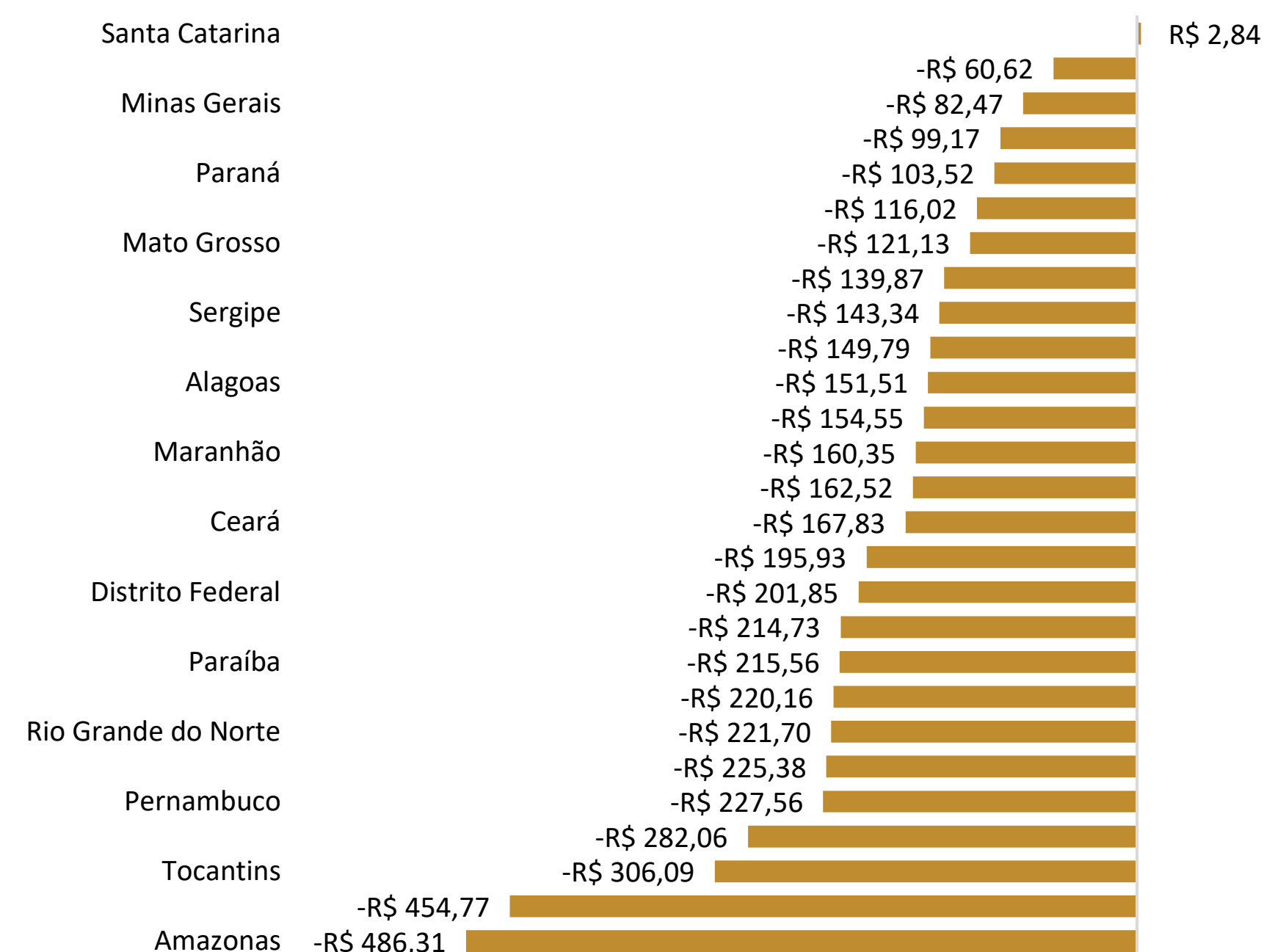
# Saldo da remuneração média anual entre 2017 e 2021 por UF (RAIS)\*

**Praticamente todos os estados tiveram queda no valor da remuneração média**

Este dado evidencia a crise econômica estabelecida pela pandemia, muito embora, como vimos antes, a queda salarial vem de antes dela.

Apenas o estado de Santa Catarina não teve queda da remuneração média dos trabalhadores do setor.

O estado do Amazonas foi o que apresentou a maior queda de remuneração média no período (-26%).



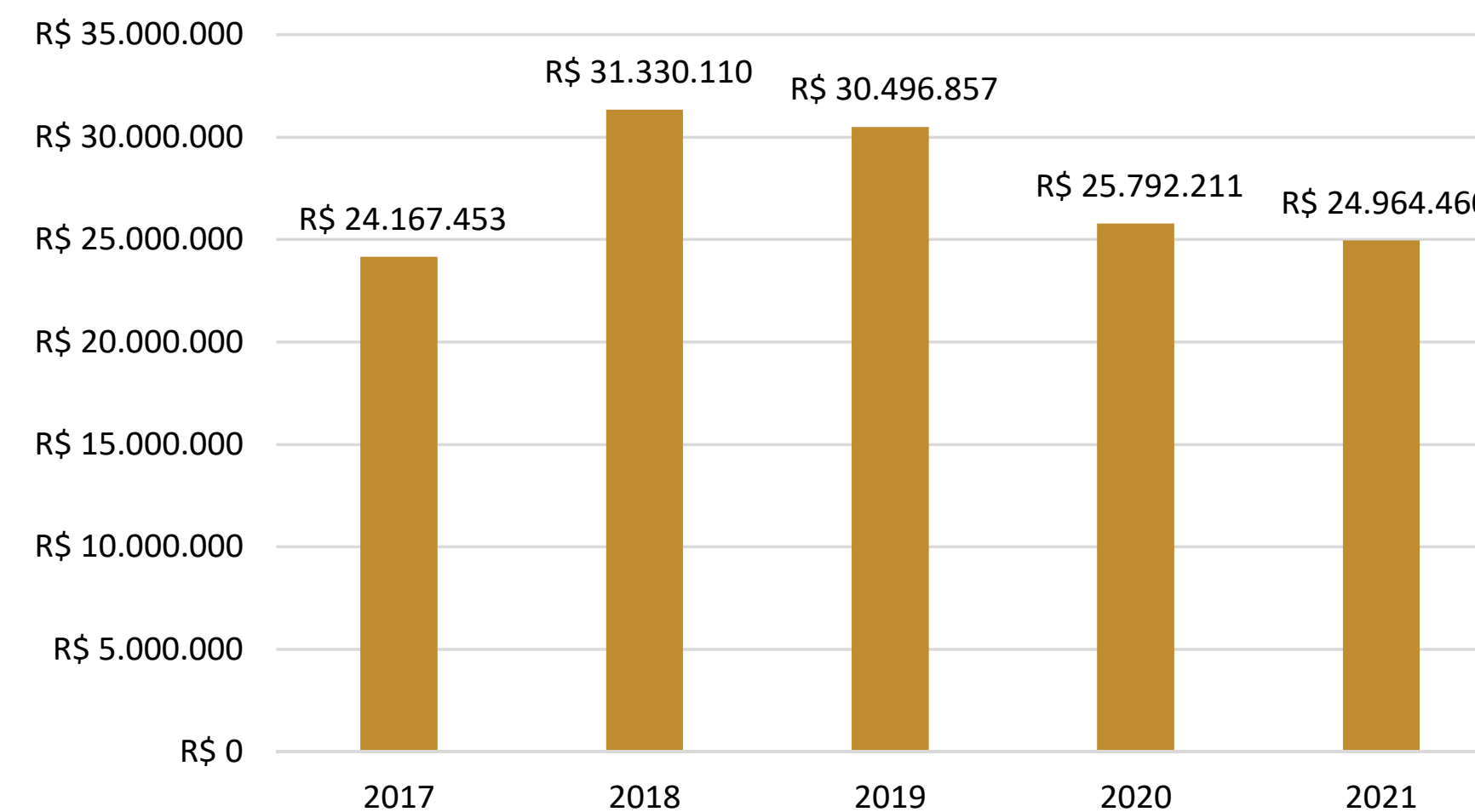
# Massa salarial por ano (RAIS)\*

**Massa salarial do setor vem caindo desde 2018, mas a tendência é de estabilização**

A massa salarial de 2021 é 20% menor que a de 2018, ano mais promissor na série histórica.

A maior queda observada foi entre 2019 e 2020 (-15%). Já a menor queda se deu entre 2018 e 2019 (-2,7%).

Vale dizer que entre 2017 e 2018, o saldo de massa salarial do setor de 30%.

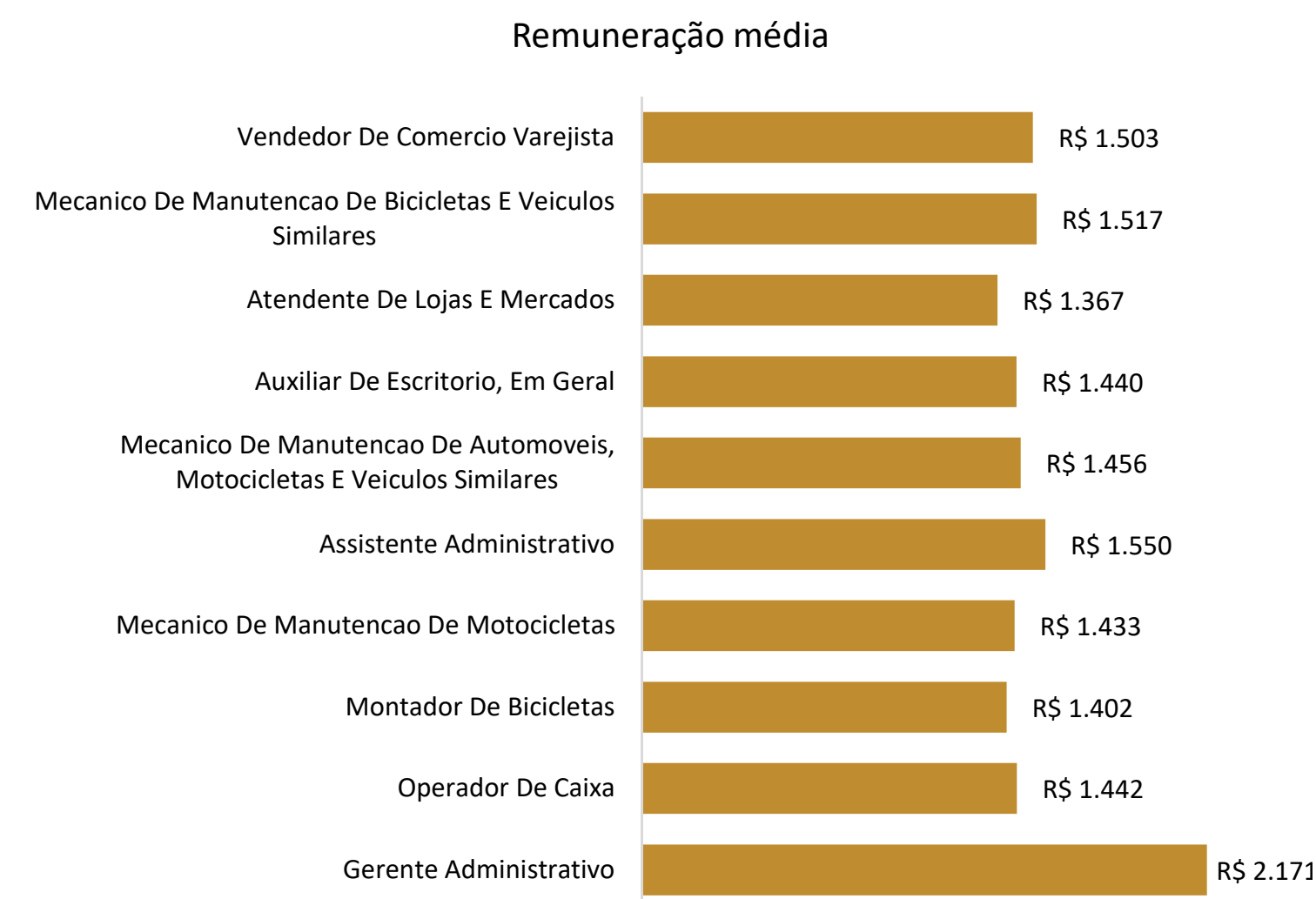
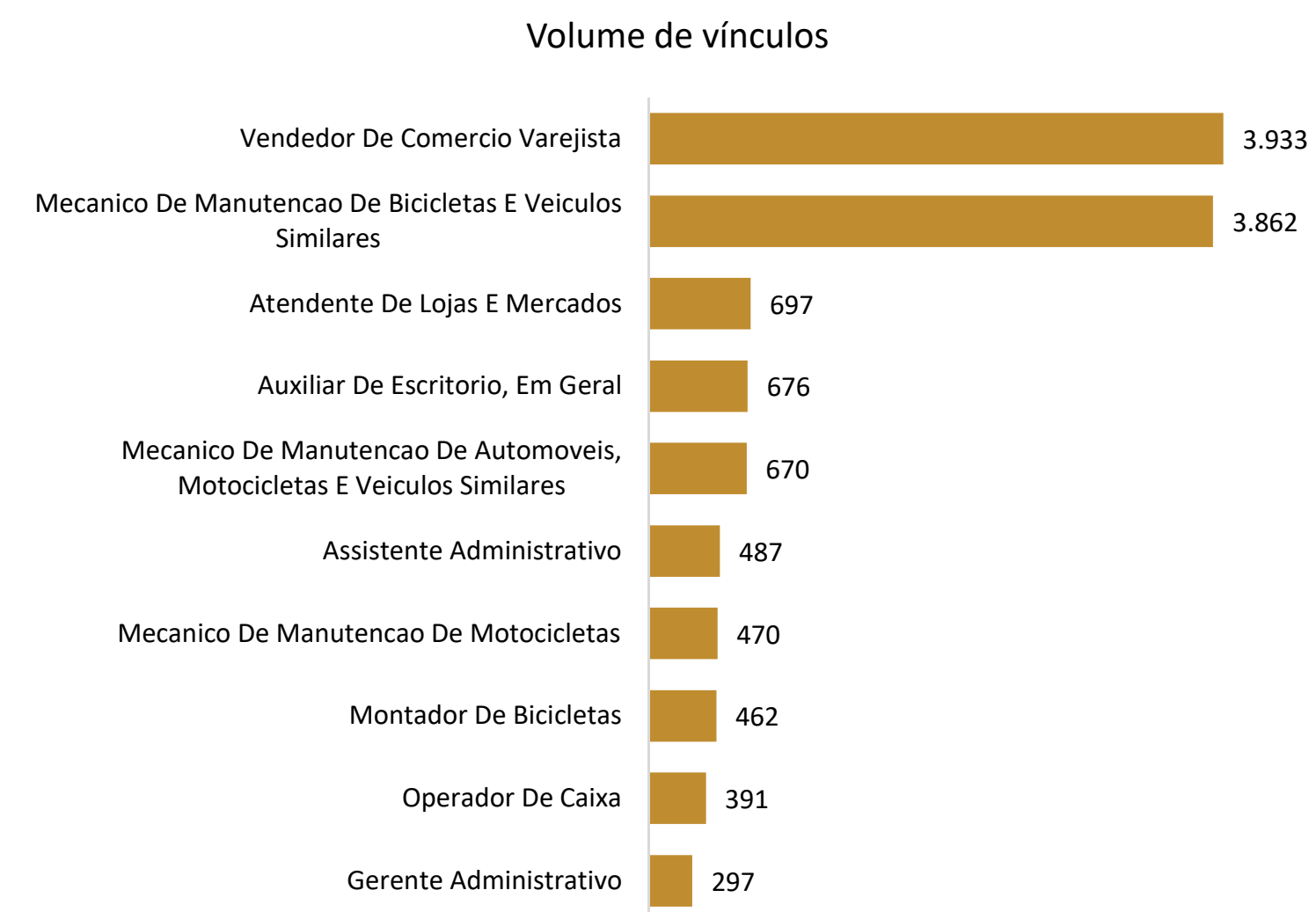


# Ocupação e remuneração média em 2021 (RAIS)

## As principais ocupações concentram a empregabilidade

As 10 ocupações mais frequentes no setor correspondem a 74% dos postos de trabalho.

A remuneração média desses trabalhadores é 2% menor que a do setor como um todo. Isso possivelmente se dá em função de cargos com poucas pessoas ocupadas, mas com salários acima de 6 mil reais como gerente de marketing, mestre e soldagem ou diretor administrativo.

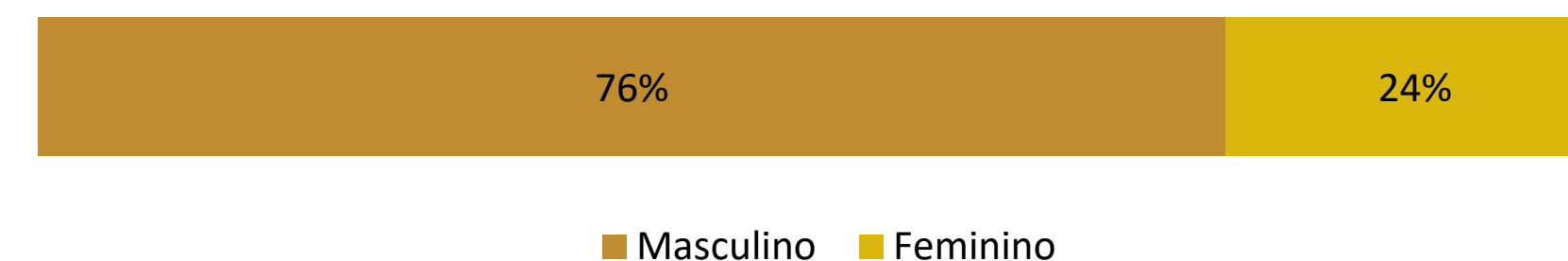


# Perfil dos trabalhadores em 2021 (RAIS)

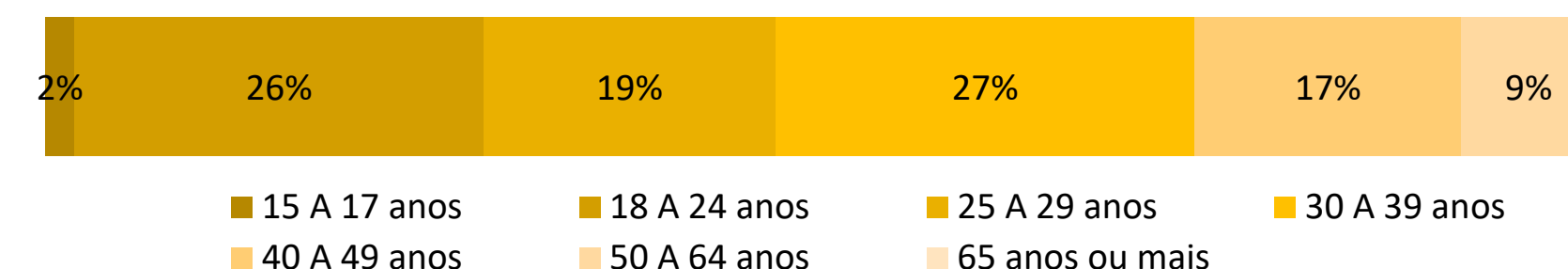
**Perfil: os trabalhadores são em grande maioria homens, com até 39 anos e ensino médio completo**

Embora a maior parte dos trabalhadores esteja registrada como “branca” na RAIS, vale dizer que os não identificados são quase um quarto do banco, o que pode mudar consideravelmente o quadro observado. Além disso, muitas vezes, as características do funcionário são preenchidas pelo setor de RH ou contábil da empresa, não perguntando para o trabalhador em si como ele se define (procedimento oficial adotado pelo IBGE).

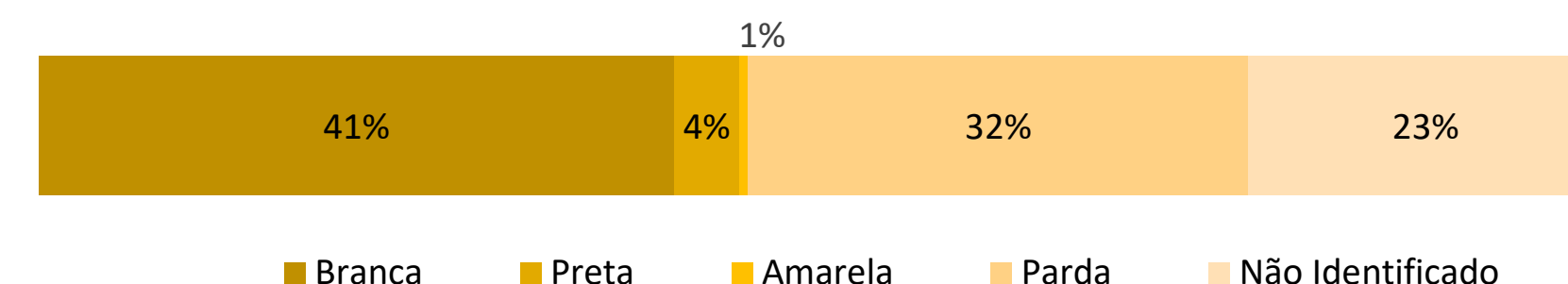
Sexo



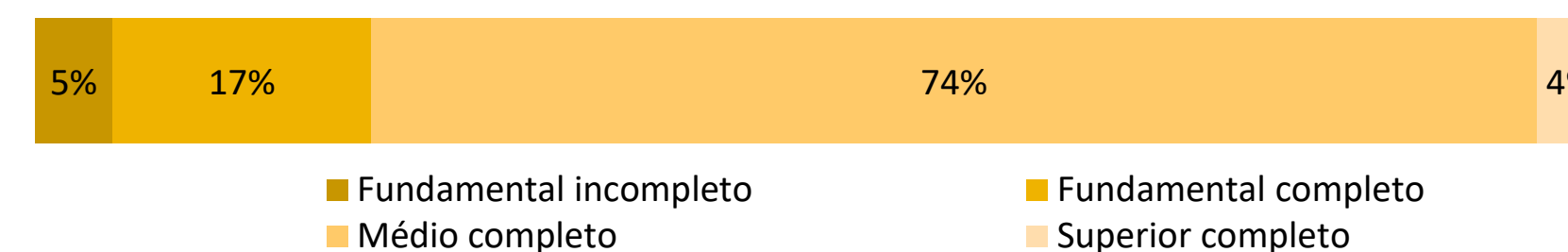
Idade



Cor / Raça



Grau de escolaridade





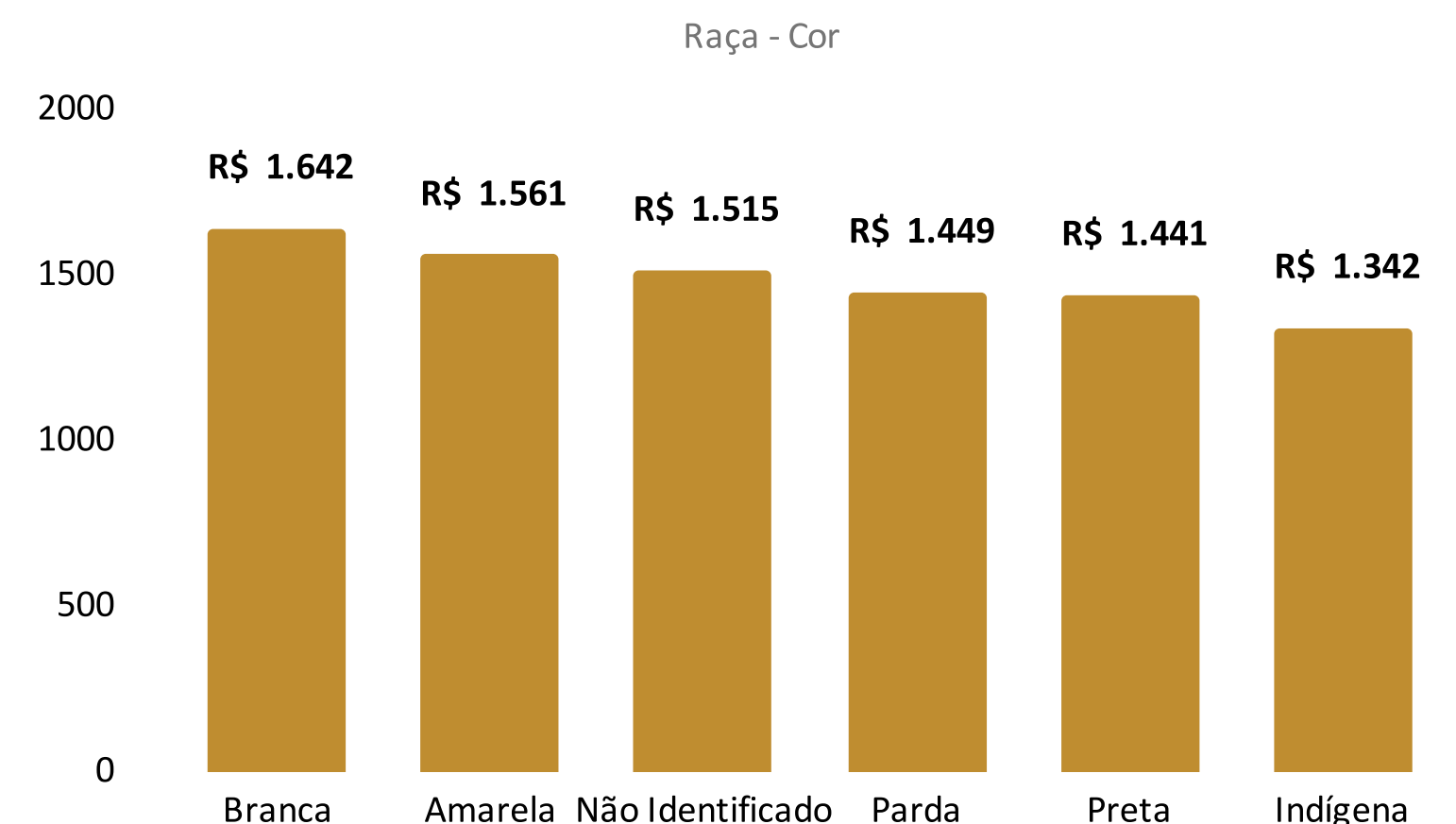
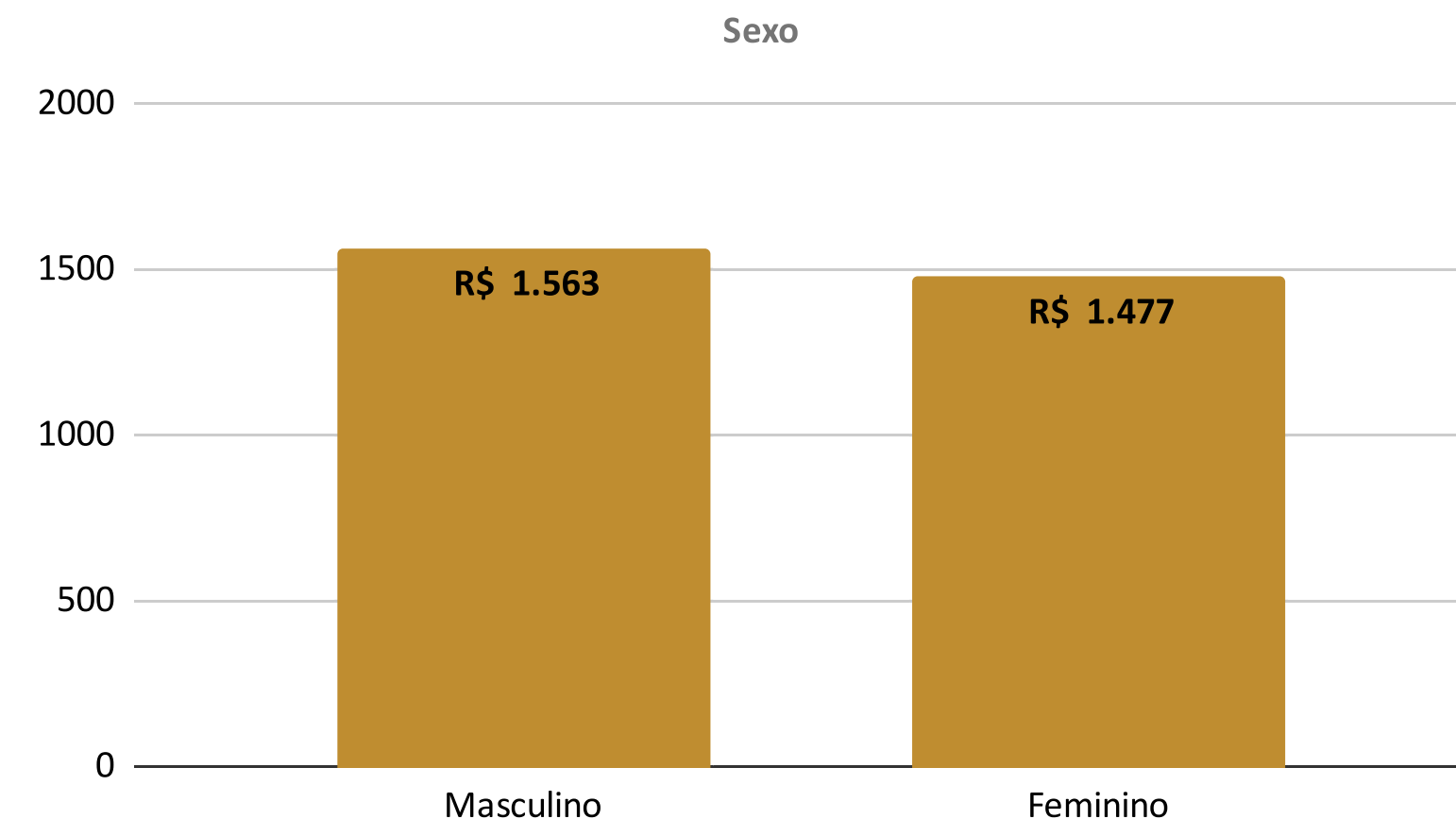
# Desigualdades no setor em 2021 (RAIS)\*

**Setor de comércio varejista e reparação reproduz, ainda que com menor intensidade, desigualdades da economia brasileira**

A remuneração média dos homens é 6% maior do que a das mulheres. Na economia de forma geral, essa diferença é de 27%.

O salário dos brancos é 14% maior que o dos pretos e 13% maior do que o dos pardos. Na economia como um todo, essas diferenças são de 70% e 69% respectivamente.

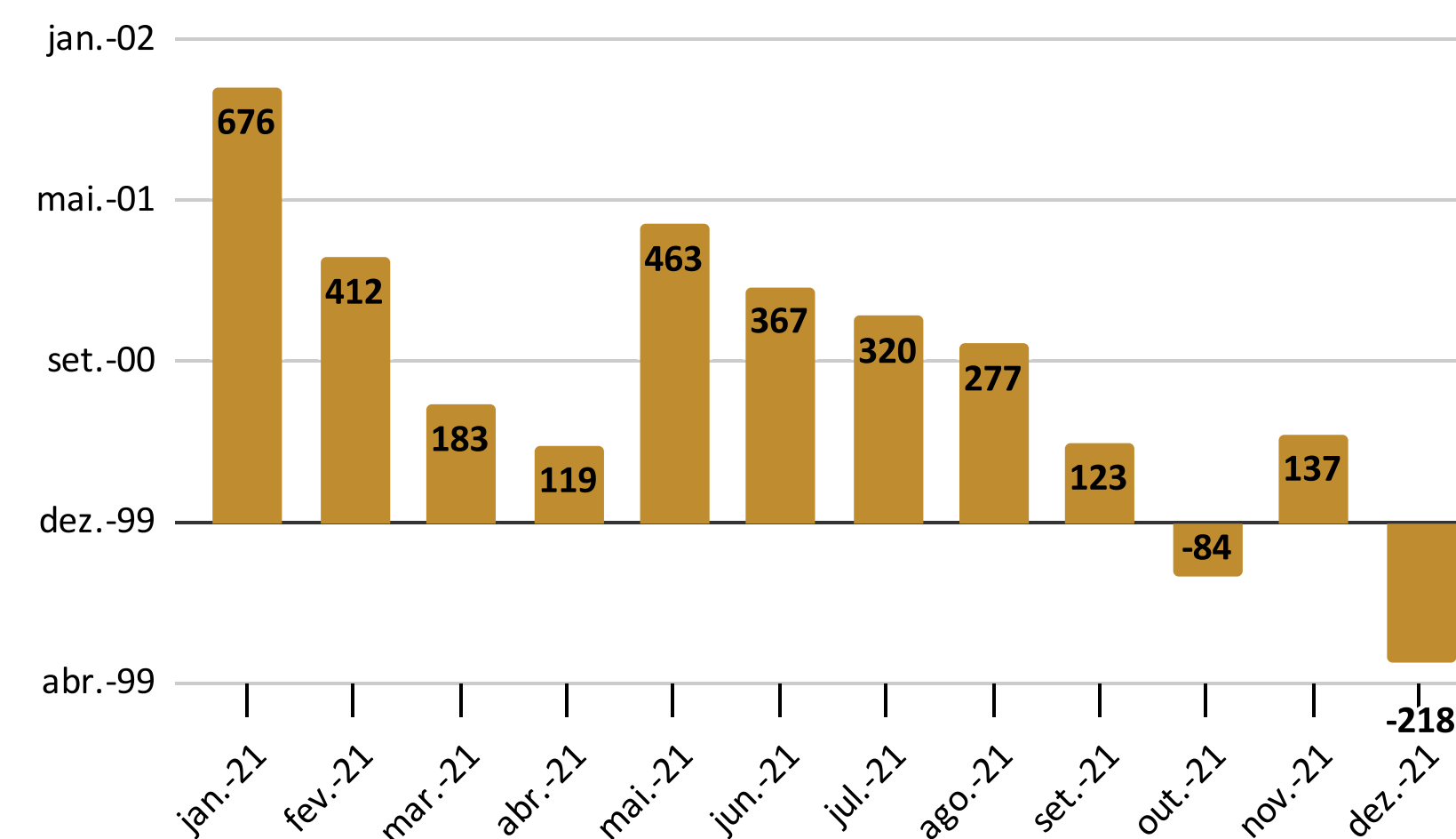
Isso, de maneira alguma, reduz a gravidade das disparidades salariais observadas neste setor.



# Criação de empregos 2021 (RAIS-CAGED)

**O ano de 2021 foi bastante produtivo em termos de criação de novos vínculos empregatícios**

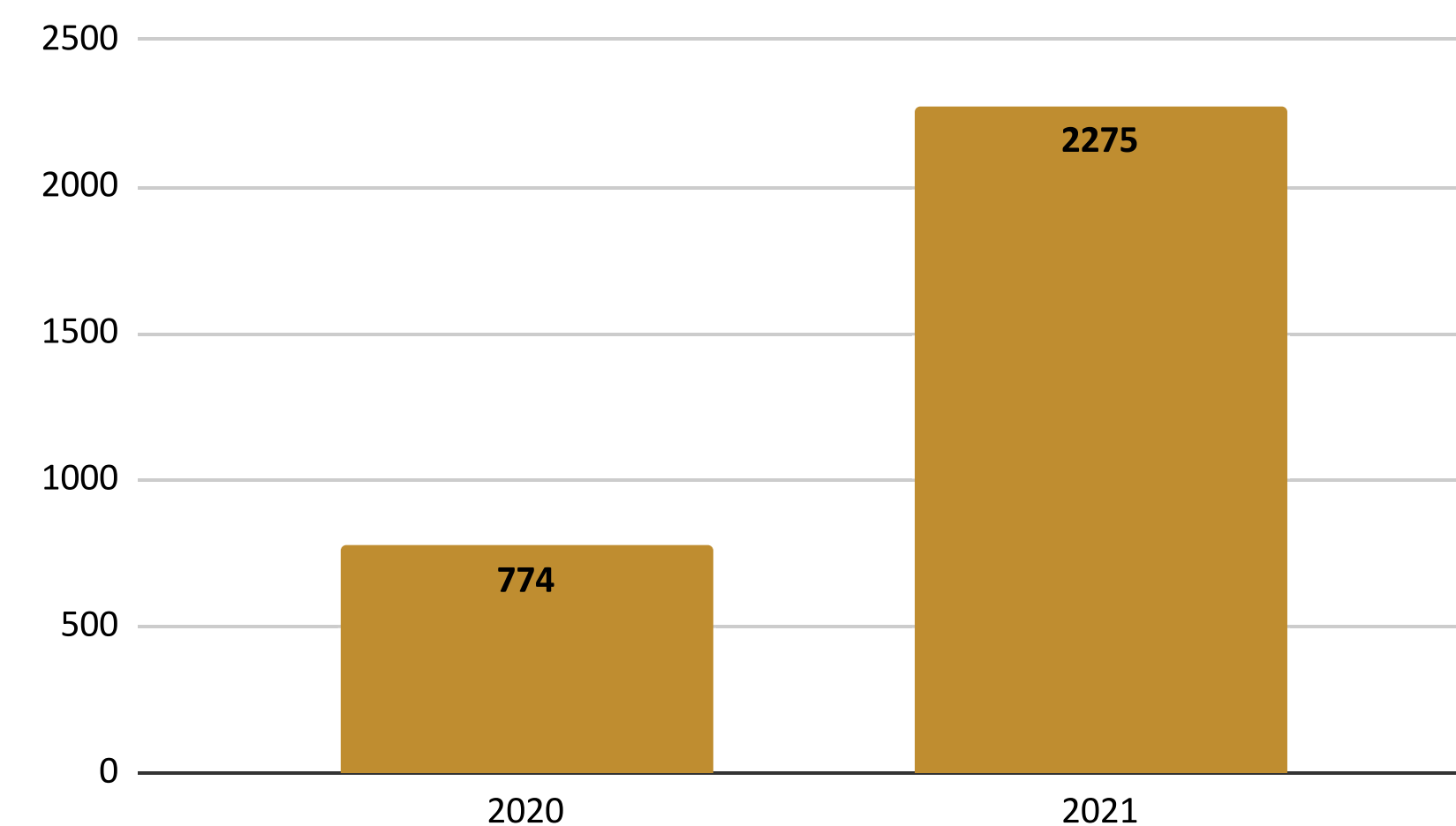
Com um saldo médio de 231 vínculos formais gerados por mês, o setor registra um ano de recuperação em 2021.



# Saldo de admissões menos demissões de 2020 e 2021 (RAIS-CAGED)

**O valor total entre admissões e desligamentos em 2021 foi o triplo de 2020**

Enquanto o saldo médio de 2021 foi de 231 vínculos gerados por mês, o setor esta média foi de 60 vínculos em 2020.

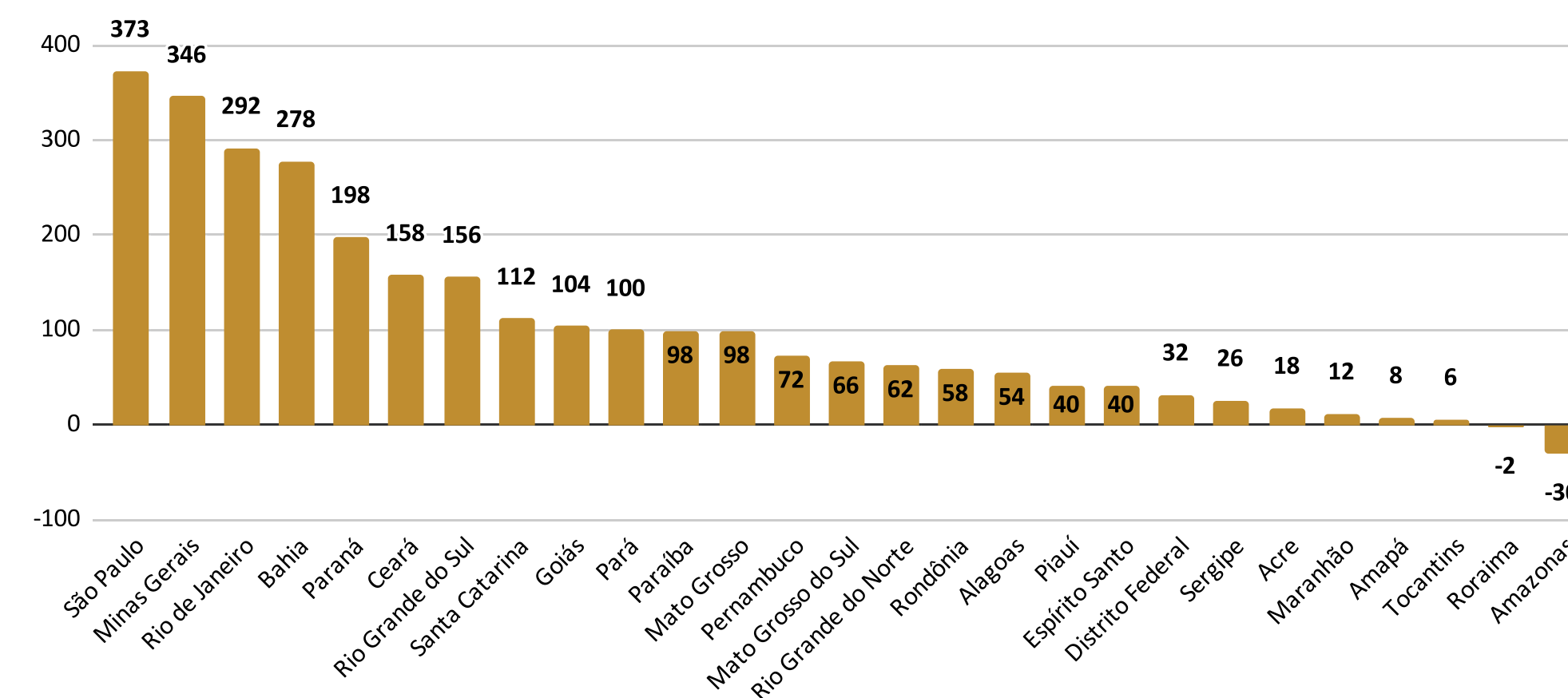


# Criação de empregos 2021 (RAIS-CAGED)

**São Paulo e Minas Gerais são os estados com maior saldo positivo de admissões**

Paraná é a UF com maior saldo de criação de vínculos da região sul, Goiás da região centro-oeste, o Pará da região norte e a Bahia da região nordeste.

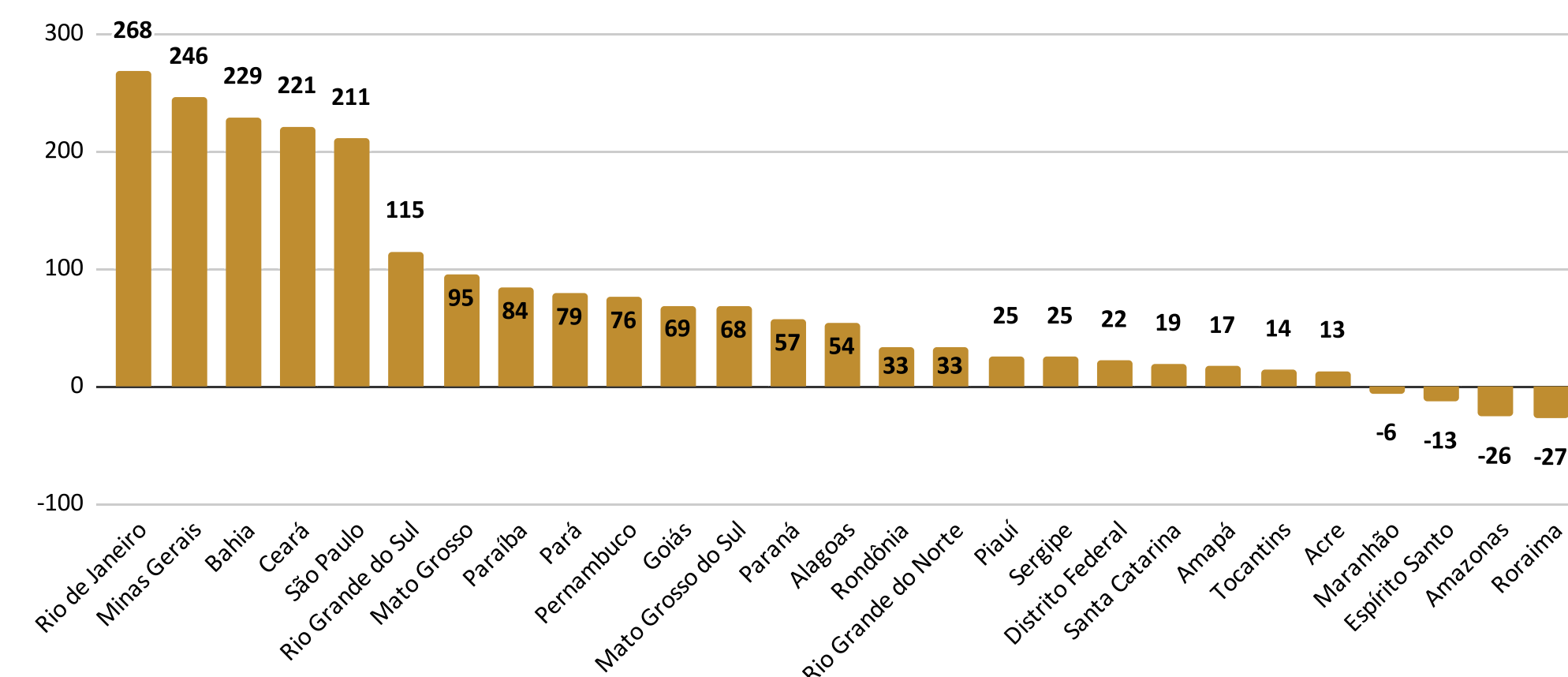
Todos eles tiveram saldo positivo de admissões de 100 vínculos ou mais.

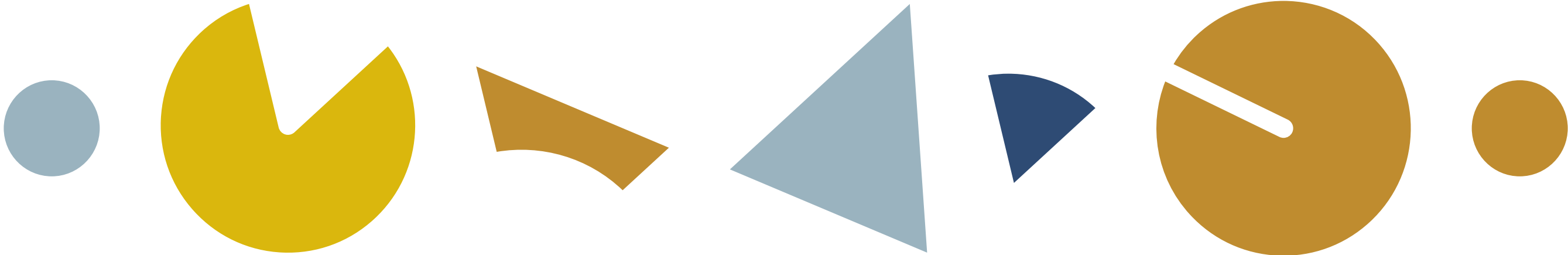


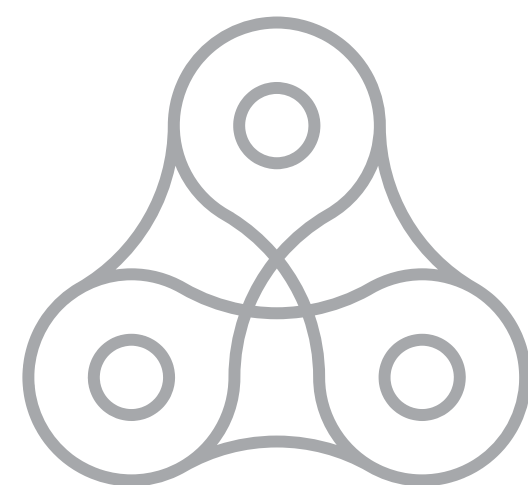
# Saldo de admissões e demissões entre 2020 e 2021 (RAIS-CAGED)

**Entre 2020 e 2021, apenas 4 estados têm queda no saldo de vínculos**

Ao comparar o saldo de 2020 com o de 2021 (saldo do saldo), vemos que os maiores crescimentos de saldo de admissões são nos estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais.

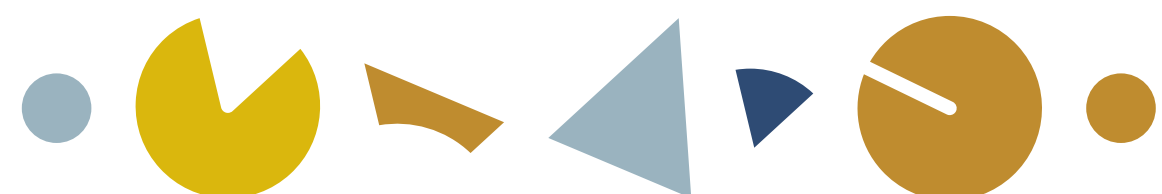






**ALIANÇABIKE**

Associação Brasileira do Setor de Bicicletas



[/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)

