



2025



Abril / 2025



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 – Propats
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 Bicletas

Coordenação Geral: Luiz Saldanha

Coordenação Executiva: Victor Callil

Coordenação Administrativa: Marina Lagareiro

Coordenação de Comunicação: Leandro Bittar

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

Pesquisa anual de comércio varejista [livro eletrônico] / [idealização Aliança Bike - Associação Brasileira do Setor de Bicicletas ; coordenadores Luiz Saldanha...[et al.]. -- São Paulo : Aliança Bike, 2025.
PDF

Outros coordenadores: Victor Callil, Marina Lagareiro, Leandro Bittar.
ISBN 978-65-999870-6-9

1. Bicicletas 2. Comércio varejista - Administração 3. Comércio varejista - Inovações tecnológicas 4. Relatórios empresariais.
I. Aliança Bike - Associação Brasileira do Setor de Bicicletas. II. Saldanha Luiz. III. Callil, Victor. IV. Lagareiro, Marina. V. Bittar, Leandro.

25-266467

CDD-658.87

Índices para catálogo sistemático:

1. Comércio varejista : Administração 658.87

Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129

Introdução

Desde 2018 a Aliança Bike realiza a Pesquisa Anual de Comércio Varejista de Bicicletas, buscando mostrar tendências, mudanças e perspectivas para as lojas de bicicletas 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. Em 2025, tivemos uma amostra importante, com respostas de mais de 300 lojistas de todo o país.

Perguntas são incluídas e ajustadas todo ano para o aprimoramento da pesquisa, permitindo que ela represente o retrato mais completo sobre as lojas de bicicleta no país. Nesta edição, fortalecemos a investigação mais a fundo sobre as questões de composição de faturamento, dos acessórios e serviços, das 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

- Metade das lojas estão situadas no Sudeste.
- Quase 95% das lojas estão enquadradas no Simples Nacional.
- 65% dos funcionários que trabalham nas lojas são registrados na CLT.
- Cada loja tem uma média de 4 funcionários.
- Mais de 55% das lojas respondentes venderam até 100 unidades de bicicleta em 2024.

Resumo executivo



- 30% das lojas foram abertas nos últimos 5 anos e a idade média delas é de 17 anos.
- Mais de 60% das lojas tiveram faturamento até R\$ 500 mil e 19% de mais de R\$ 1 milhão.
- Quase metade dos lojistas afirmou haver aumento no faturamento, entre 2023 e 2024.
- Mais de 80% dos lojistas afirmaram que o modelo de bicicleta mais vendido em sua loja custa até R\$ 3 mil.

Resumo executivo



- A venda de bicicletas inteiras ainda é responsável pela maior participação média no faturamento das lojas de bicicletas, com 44%.
- 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.
- Mountain Bike (MTB) é o modelo de bicicleta mais comercializado, por mais de 90% das lojas.

Resumo executivo



- A proporção de lojas que vende bicicletas elétricas teve leve queda de 50% para 47% entre 2023 e 2024.
- 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.
- e-commerce: quanto maior o faturamento da loja, maior a probabilidade de ela fazer vendas online.

Resumo executivo



- O Mercado Livre segue sendo a plataforma com maior presença das lojas que comercializam online, sendo utilizado por mais de 70% delas.
- A maior parte das lojas organiza ou apoia grupos de pedal.
- De todas as estratégias de divulgação, as plataformas online (impulscionamento 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, mais da metade dos lojistas acredita que a situação financeira de sua loja irá melhorar neste ano.

Perfil típico de uma loja de bicicletas no Brasil

Classificação fiscal:
Simplex Nacional

Atividade econômica principal: **Comércio varejista de bicicletas e triciclos, peças e acessórios**

Faturamento anual (médio): **até R\$ 500 mil**

Tempo médio de funcionamento: **17 anos**



Faixa de preço de venda de bicicletas: **até R\$3 mil**

Número médio de funcionários: **4**

Quantidade de bicicletas vendidas no ano: **entre 1 e 50 unidades**

Vendas: **lojas que também fazem uso do e-commerce (46%)**

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 31 de janeiro e 13 de março de 2025

Número de respondentes: 302 lojistas, localizados em 26 estados diferentes

Localização dos respondentes: quase metade (51%) das lojas de bicicletas que responderam a pesquisa se encontram na região sudeste, sendo São Paulo o estado com maior número de respondentes (104).

A amostra foi pensada em uma representatividade do universo considerando uma margem de erro de 5,51%, 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 (2023), 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).

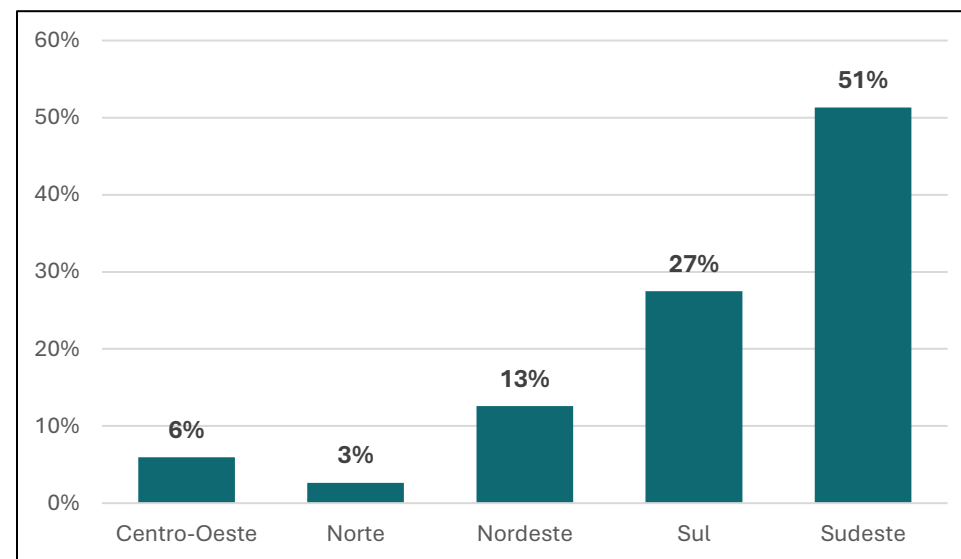


Figura 1: Lojistas respondentes por região

Resultados



Enquadramento fiscal das lojas de bicicleta

A grande maioria das lojas está enquadrada no regime tributário do Simples Nacional (94%). No ano passado, essa proporção era de 91%.

Essa diferença pode ser explicada tanto por pequenas variações no mercado, como por ser uma oscilação dentro da margem de erro da pesquisa.

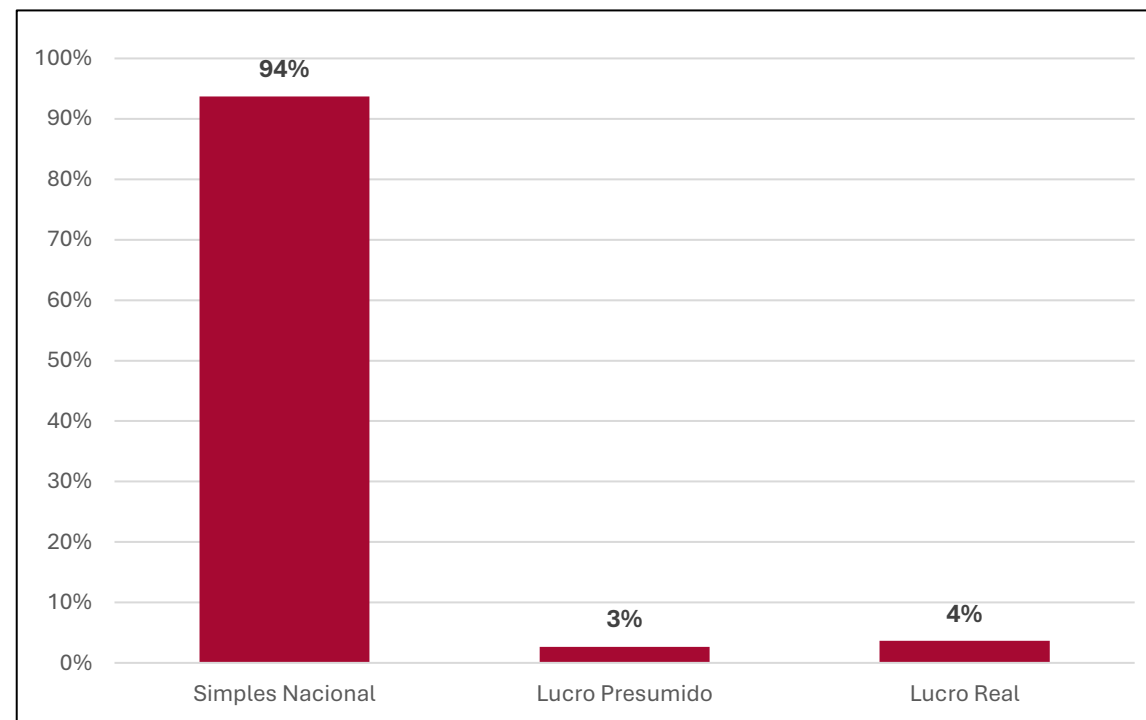


Figura 2: Enquadramento fiscal das lojas de bicicletas

Atividade econômica declarada

Quanto à atividade econômica, predomina a CNAE 47.63-6-03 (Comércio varejista de bicicletas e triciclos, peças e acessórios), com 83% dos estabelecimentos, seguido de reparação de bicicletas, triciclos e outros veículos não-motorizados (9%) e outras (8%).

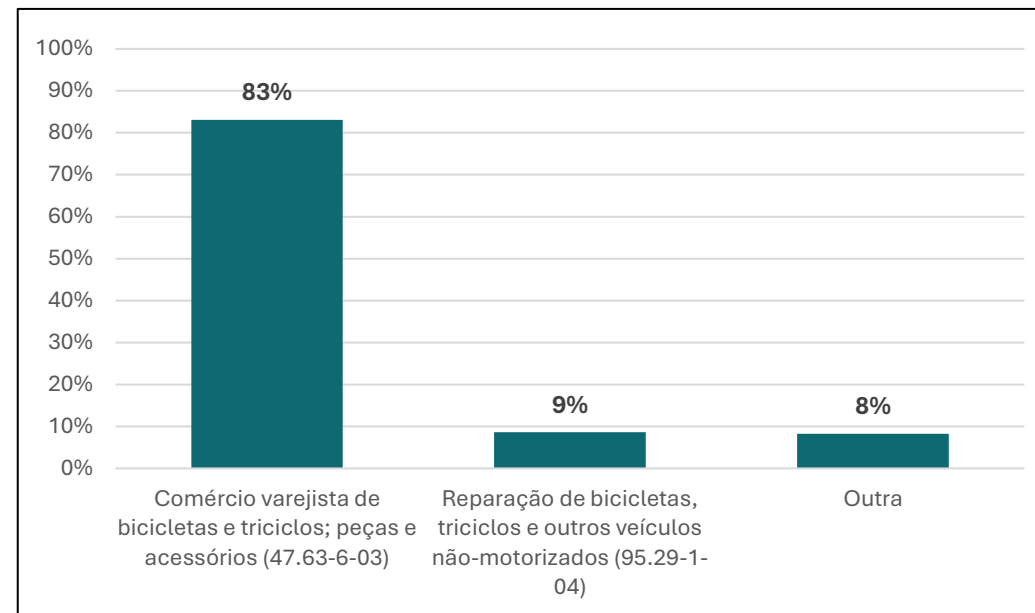


Figura 3: Atividades econômicas das lojas de bicicletas

Funcionários

As lojas de bicicletas respondentes têm, em média, 4,3 funcionários, sendo que a maioria (65%) 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%.

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.

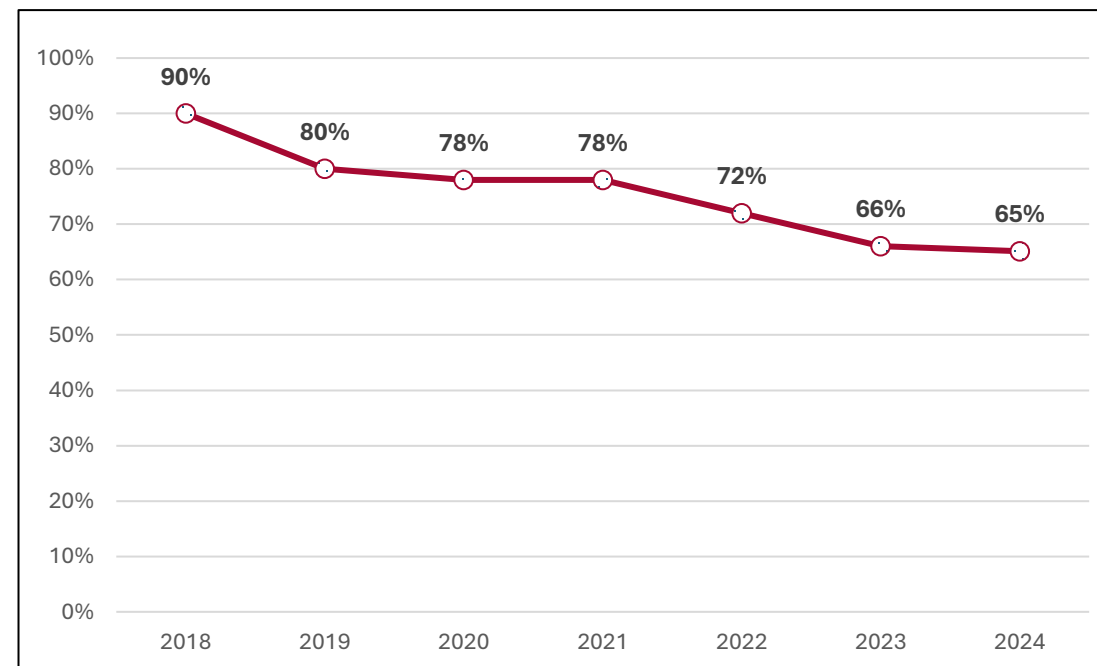


Figura 4: Índice de funcionários com carteira assinada (CLT) nas lojas de bicicletas, 2018-2024

Quantidade de bicicletas comercializadas

Mais de 50% das lojas respondentes venderam, em 2024, até 100 bicicletas por ano. Quase 30% vendeu 201 ou mais unidades. Destaca-se também que 7% vendeu mais de mil bicicletas em 2024.

Embora a curva do volume de vendas de bicicleta entre os anos de 2023 e 2024 apresente diferença, a tendência permanece a mesma.



Figura 5: Quantidade média anual de bicicletas comercializadas por loja por ano

Longevidade das lojas de bicicletas

Metade (50%) das lojas de bicicletas foram abertas nos últimos dez anos.

15% 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	18
2	16
Total	17

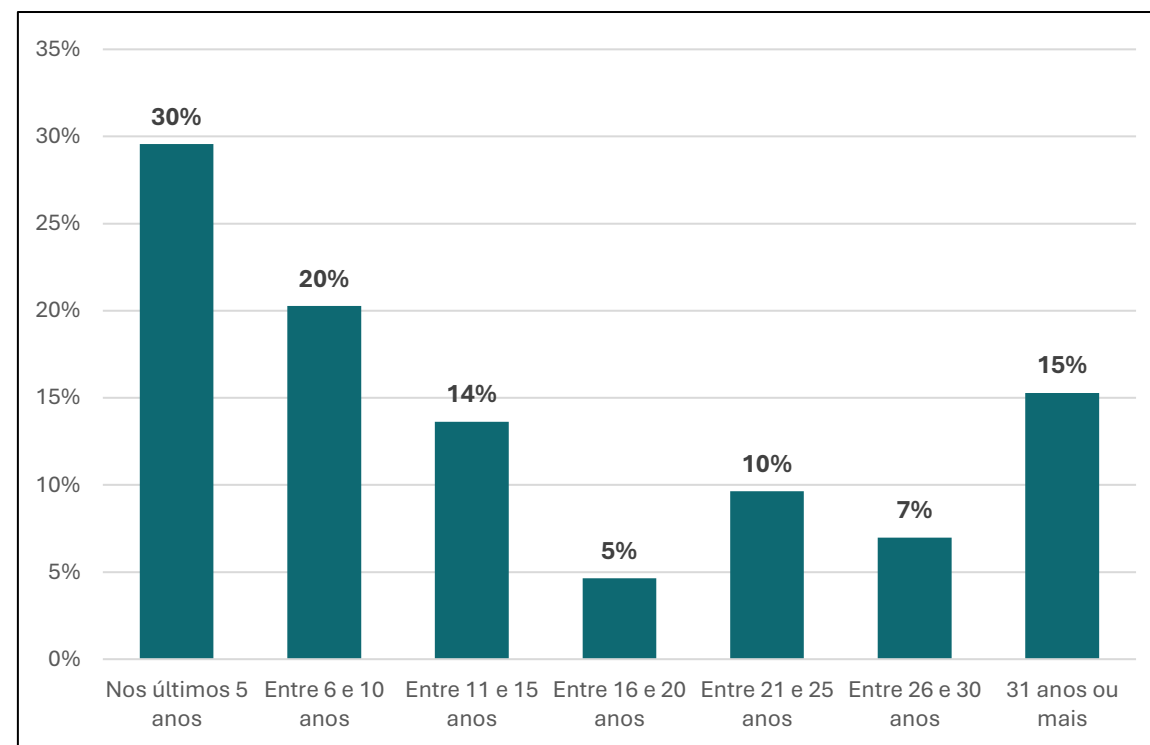


Figura 6: Tempo de abertura das lojas de bicicletas

Vendas e faturamento

O porte mediano das lojas, considerando o faturamento bruto em 2024, está em até R\$500 mil reais, com mais de 60% dos estabelecimentos. Este dado está em sintonia com a opção pelo Simples Nacional, predominante no mercado.

Quase um quinto das lojas faturou mais de R\$1 milhão em 2024.

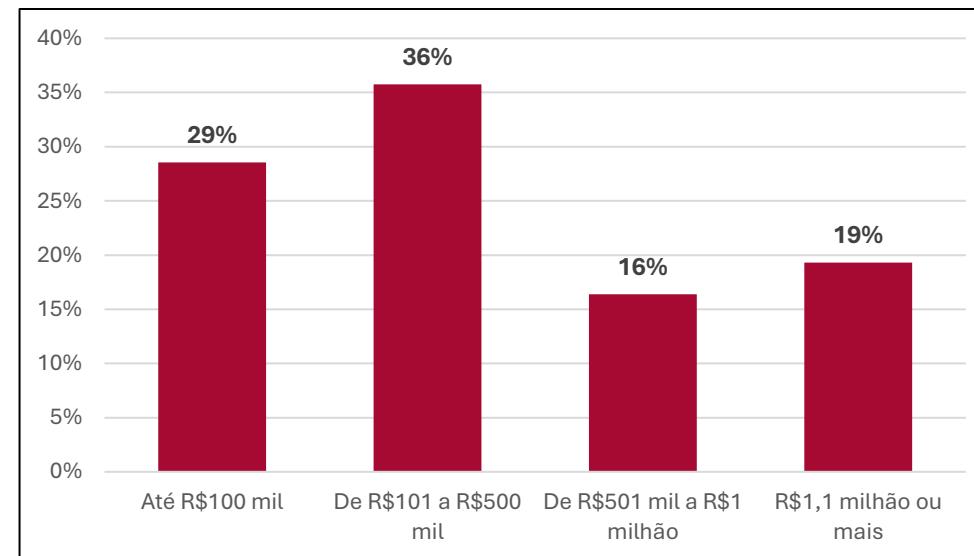


Figura 7: Faturamento anual das lojas respondentes (ano base: 2024)

Quase metade das lojas tiveram percepção de aumento do faturamento entre 2023 e 2024

A percepção de que houve queda no faturamento também é alta, mais de 45%. 5% dos respondentes não tinham a loja aberta em 2023.

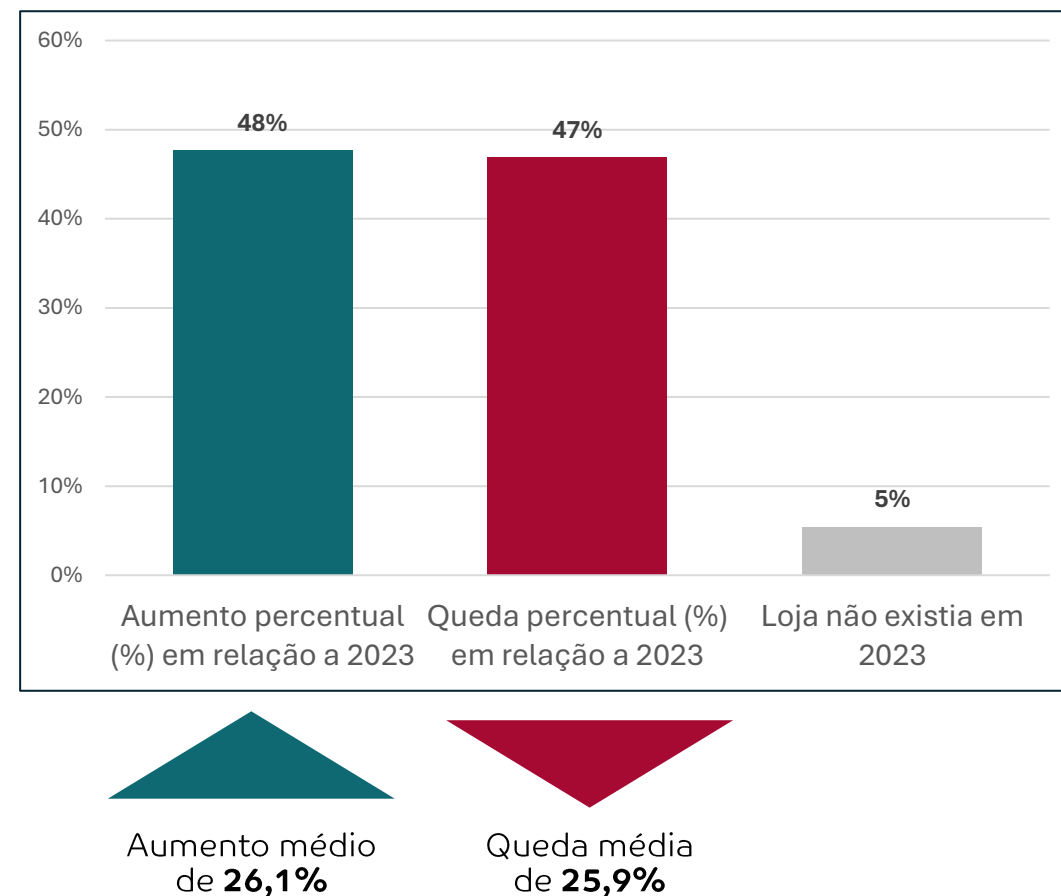


Figura 8: Percepção de aumento ou redução do faturamento total entre 2023 e 2024.

O aumento do faturamento foi maior entre as lojas maiores

Enquanto mais de 60% das lojas com mais de R\$ 1 milhão de faturamento teve aumento no faturamento anual entre 2023 e 2024, entre as lojas com faturamento menor que R\$ 1 milhão, um pouco mais da metade teve redução de faturamento.

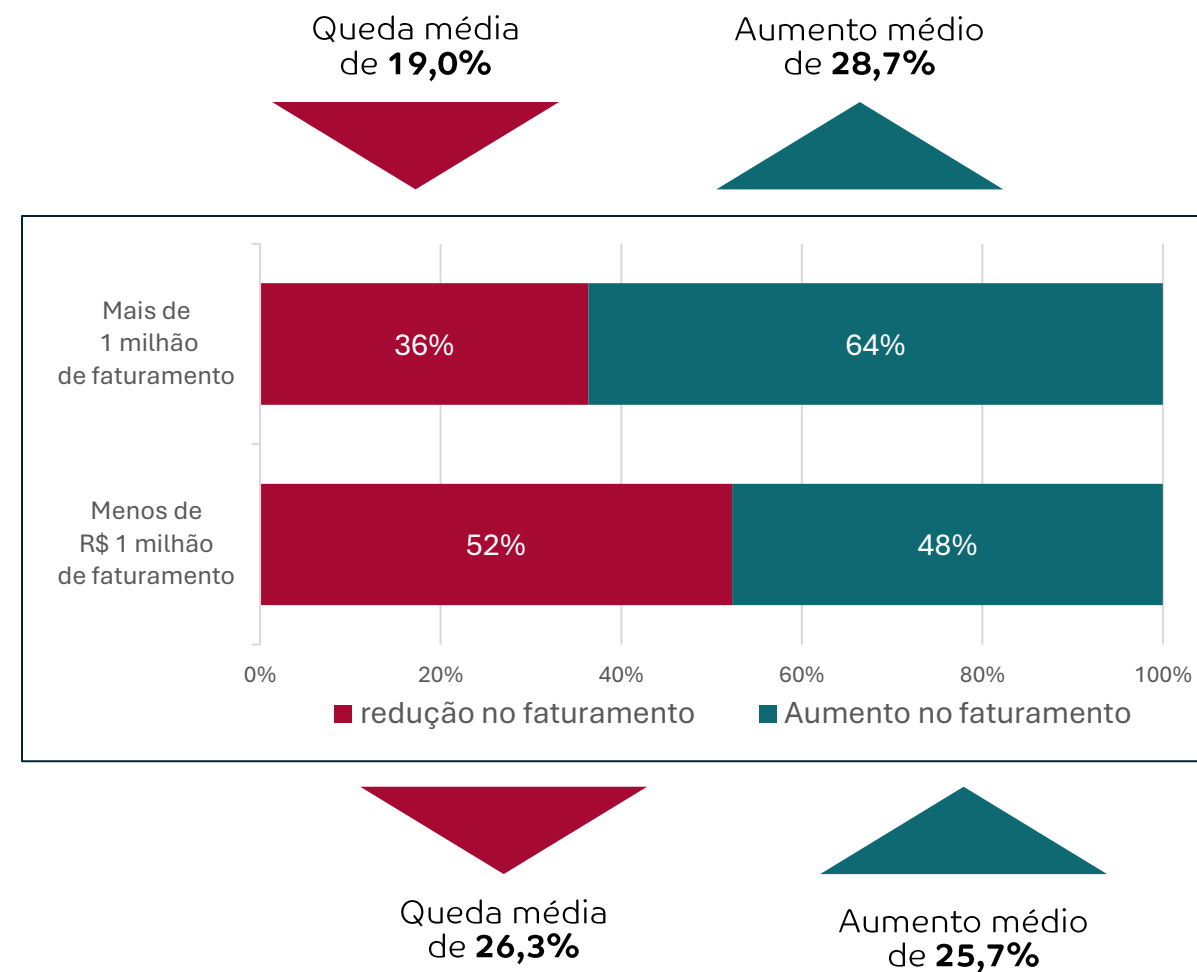


Figura 9: Percepção de aumento ou redução do número de bicicletas vendidas entre 2023 e 2024 por faturamento.

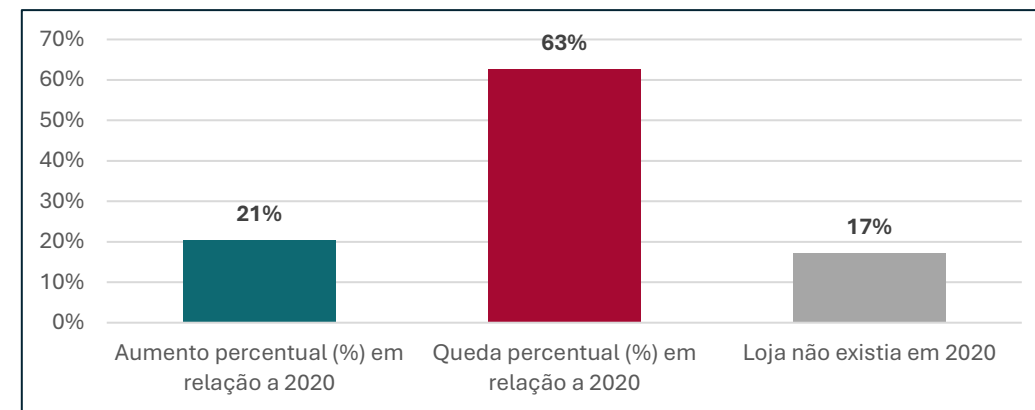


Henrique Zompero
Escola Park Tool

Hoje no Brasil o lojista acumula funções. Ele faz tudo para reduzir o custo e sobreviver. Muitas vezes, isso impede que ele se capacite melhor. E a consequência é a perda de recursos por uma gestão menos eficiente

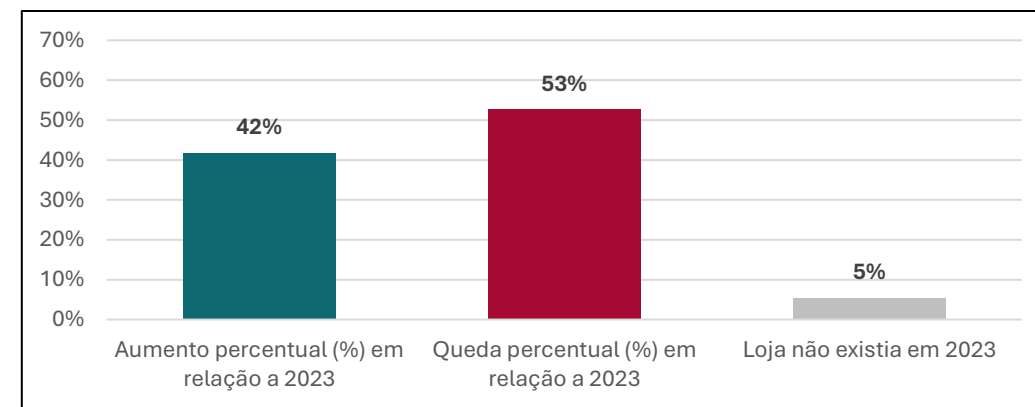
Maior parte dos lojistas afirmou haver queda no volume de unidades de bicicletas inteiras vendidas entre 2020 e 2024 e entre 2023 e 2024

Entre 2020 e 2024: a percepção de queda entre 2020 e 2024 é maior que a percepção de queda de venda de bicicletas dos últimos dois anos. Isso pode estar associado ao boom de venda de bicicletas durante a pandemia e sua posterior estabilização.



Aumento médio
 de **40,1%**

Queda média
 de **42,2%**



Aumento médio
 de **26,3%**

Queda média
 de **27,2%**

Figura 10: Percepção de aumento ou redução do número de bicicletas vendidas entre 2020 e 2024 (cima) e entre 2023 e 2024 (baixo).

Quantidade de bicicletas comercializadas por faturamento

O volume de bicicletas varia nas faixas intermediárias de faturamento. Assim com o dado observado na última edição da pesquisa, 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. Além disso, pode indicar também uma variabilidade no preço do produto que essas lojas estão comercializando.

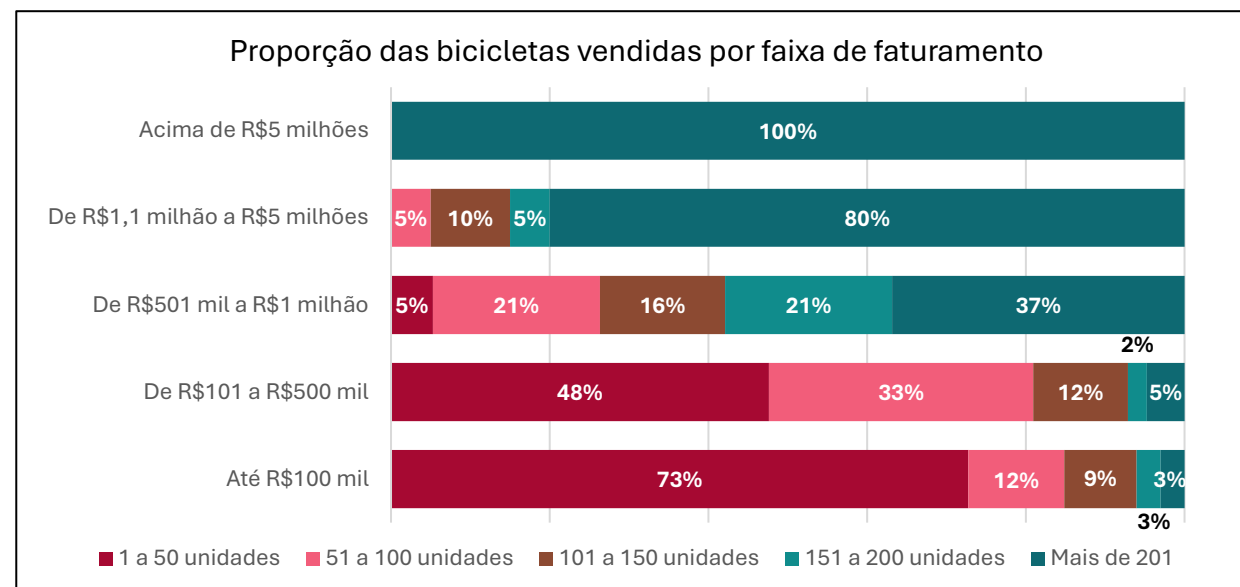
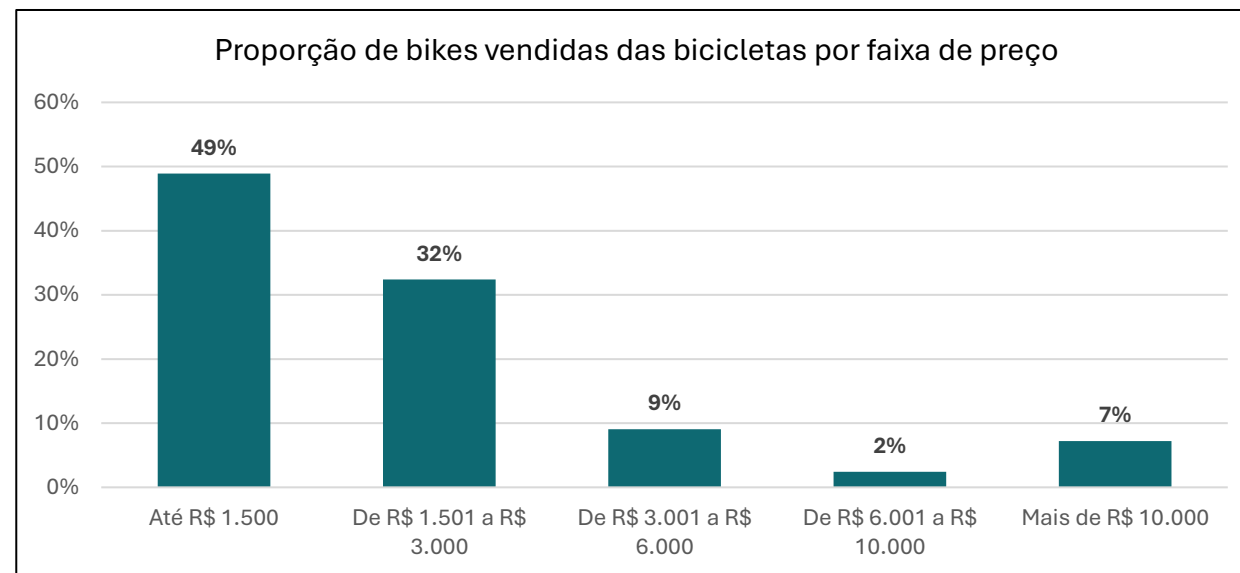


Figura 11a: Quantidade média anual de bicicletas comercializadas por faixa de preço e por volume de faturamento da loja (ano base: 2024)

Em todas as faixas de faturamento, as bicicletas mais baratas, até R\$ 3 mil, são as mais vendidas

As lojas com faturamento entre R\$ 500 mil e R\$ 1 milhão são aquelas com maior proporção de vendas de bicicletas que custam mais de 3 mil reais. Um quinto deste grupo tem essa faixa de preço de produto como a mais vendida.

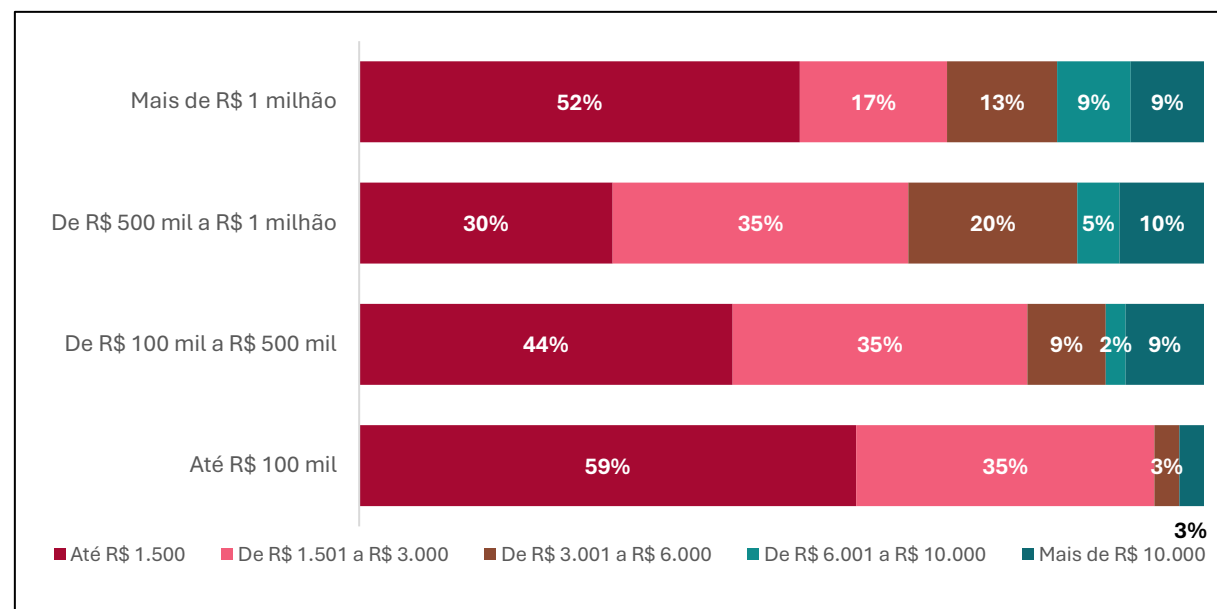


Figura 11b: Faixa de preço da bicicleta mais vendida por faixa de faturamento (ano base: 2024)

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 mais de 20 anos de existência, em média.

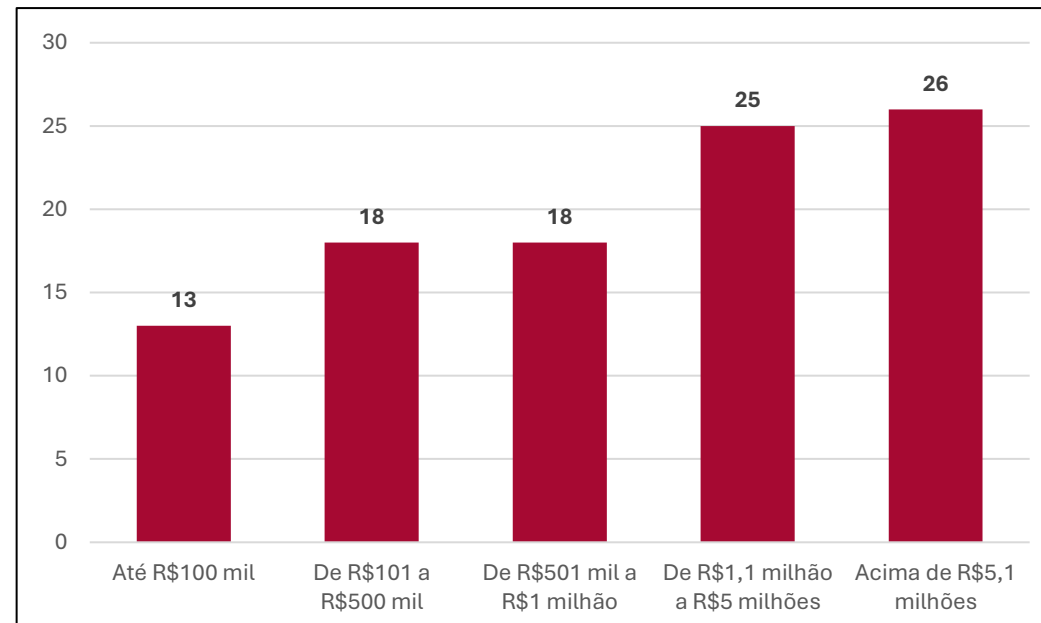


Figura 12a: Faturamento anual das lojas x longevidade

Atividades e faturamento

A venda de bicicletas inteiras se mantém responsável pela maior participação média no faturamento das lojas de bicicletas, com 44%.

Atividade	Percentual médio de contribuição para o faturamento anual
Venda de bicicletas inteiras	44%
Serviço de mecânica e revisão	23%
Venda de componentes	22%
Venda de acessórios	12%

Ano	Posição da mecânica no faturamento anual das lojas	Percentual médio de contribuição para o faturamento anual
2024	2º	23%
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.

Destaca-se que mecânica e revisão compõe cerca de 30% do faturamento das lojas menores e a venda de bicicletas mais de 60% em lojas com mais de 1 milhão de faturamento.

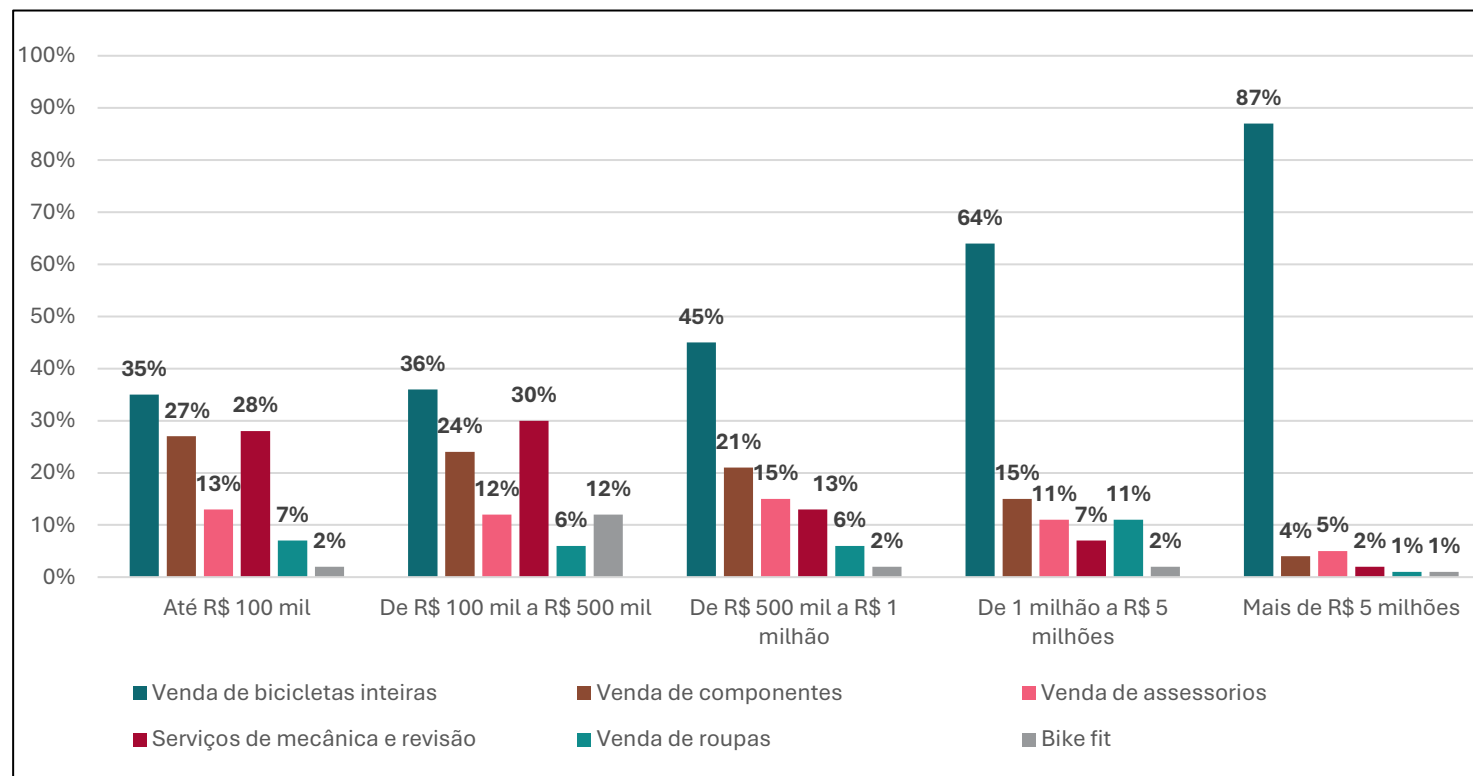


Figura 12b: Proporção média do faturamento da loja por cada tipo de serviço ofertado, observado por faixa de faturamento total do estabelecimento

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.

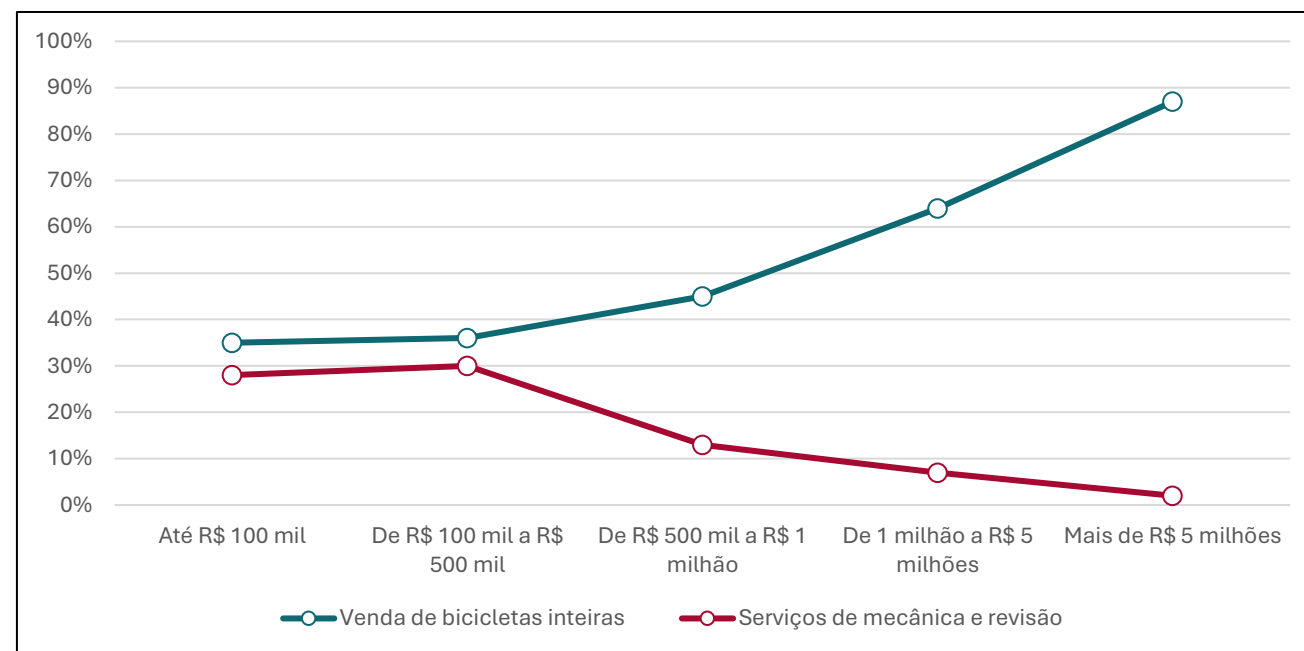


Figura 12c: Proporção média do faturamento da loja por serviços de mecânica e revisão e venda de bicicletas inteiras



Nilson Nunes
Sid Bike

2024 foi um ano positivo. Mas de recuperação. Ainda na ressaca da pandemia, onde muita gente entrou no mercado e não resistiu. Sem dúvida, a oficina significou muito nessa sobrevivência e, esse ano, esperamos ter melhores resultados com vendas de bicicleta

Modelos de bicicletas comercializados

O modelo Mountain Bike (91%) domina a oferta nas lojas respondentes. Logo depois vem Infantil (69%) e Urbana (50%).

Entre as edições da 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.

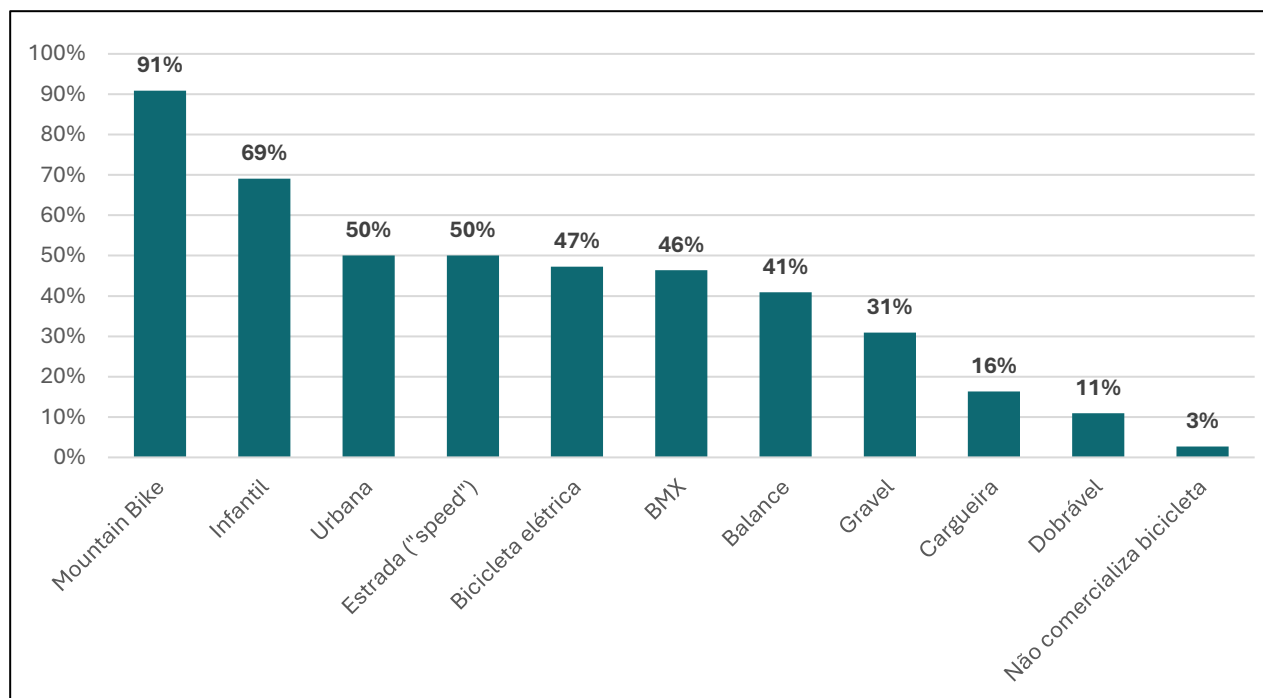


Figura 13: Modelos de bicicleta comercializadas nas lojas respondentes em 2024

Flutuação das vendas de bicicletas elétricas, gravel e balance fica próxima a do ano anterior:

Após três anos estáveis em 50%, a bicicleta elétrica teve uma leve queda para 47% das lojas respondentes.

A gravel apresentou uma estabilidade em relação ao ano anterior, mantendo-se nos mesmos 31%.

A balance subiu para 41% das lojas, 2 p.p. a mais do que o ano anterior.

Entre as edições da 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.

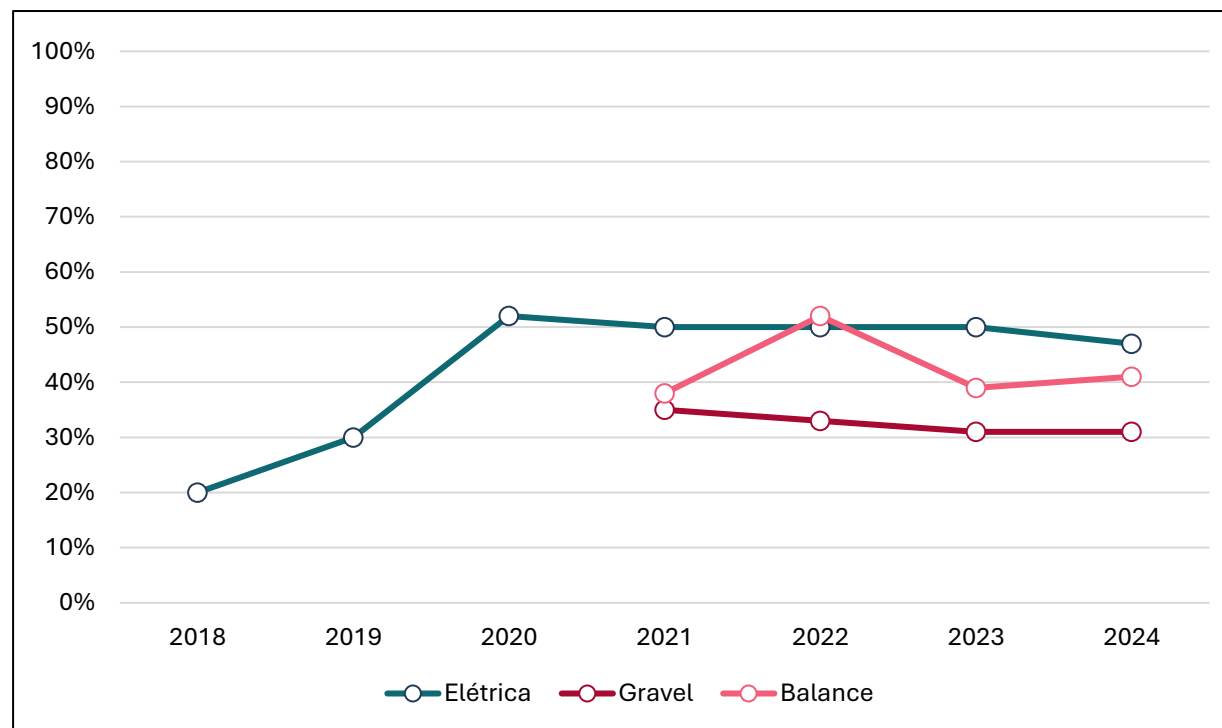


Figura 14: Proporção de lojas que comercializam bicicletas elétricas, gravel e balance.

Modelos de bicicletas ofertados

A mountain bike é o modelo mais presente em lojas de todos os tamanhos, mas quanto maior a loja, maior a proporção da existência de outros modelos no portfólio de vendas.

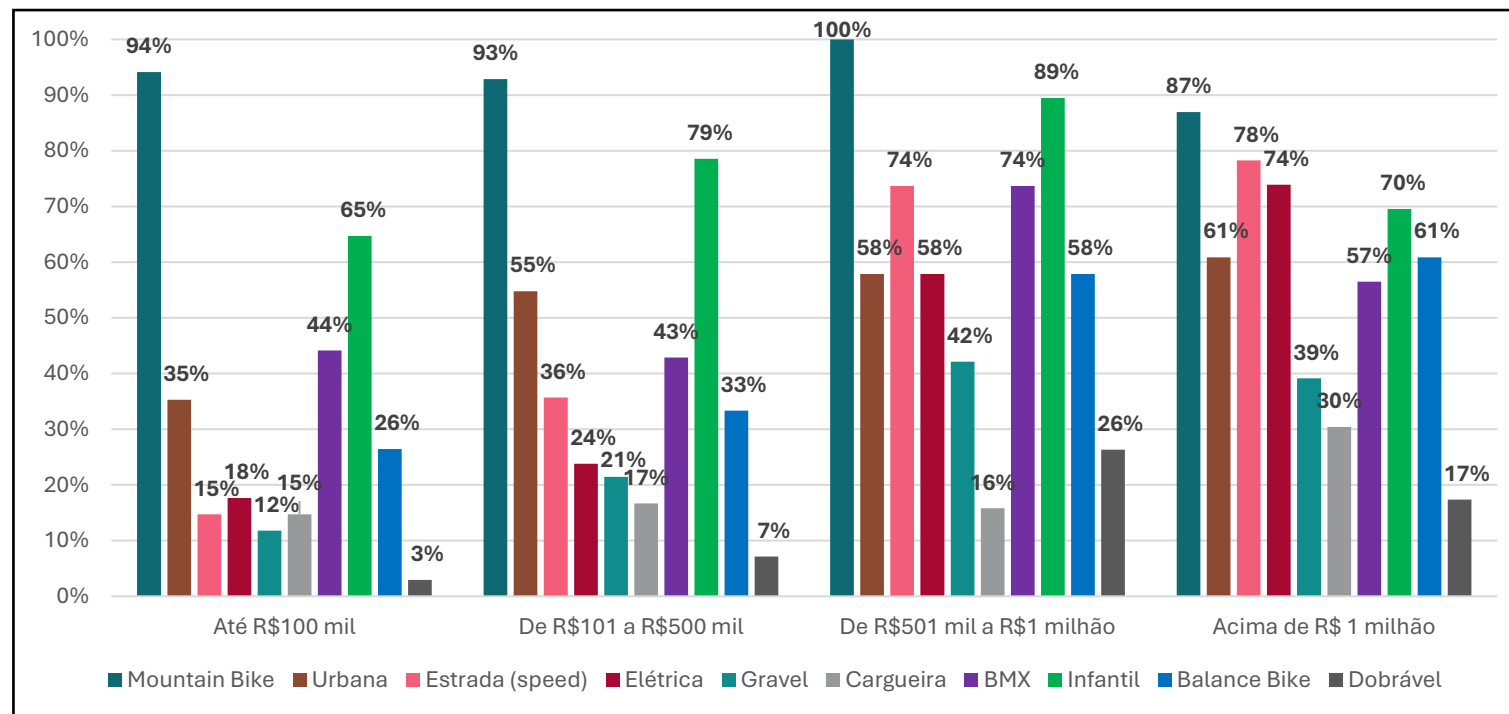


Figura 15: Modelos de bicicleta comercializadas por faixa de faturamento

Modelos de bicicletas ofertados

A mountain bike 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 17% do faturamento dos estabelecimentos.

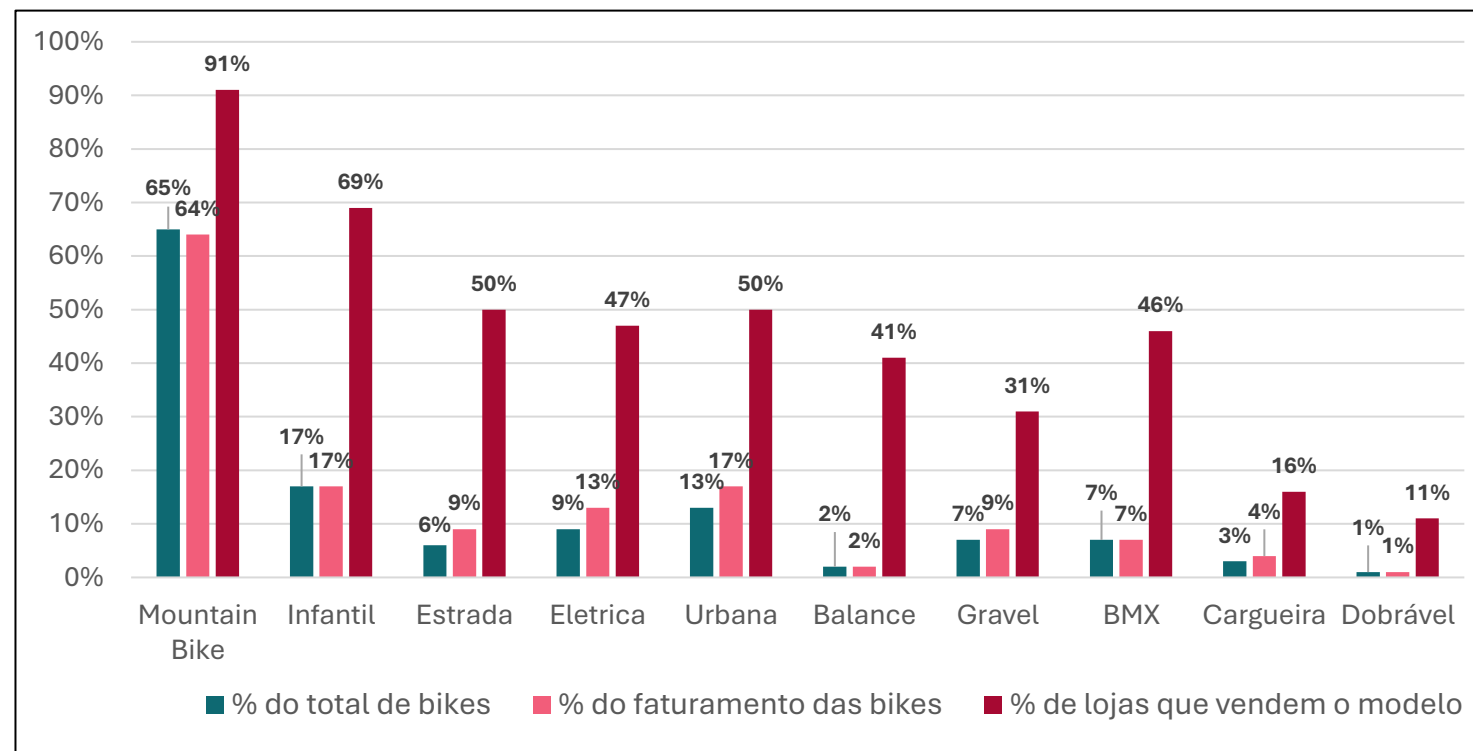


Figura 16: Participação dos principais modelos de bicicletas nas vendas e no faturamento

Modelos de bicicletas elétricas ofertados

Entre as lojas que comercializam bicicletas elétricas, a Mountain Bike também é a mais comum de ser ofertada (81%), seguida pela urbana (53%) e pela infantil (10%).

Entre aqueles que mencionaram “outra”, temos bicicletas para o público de maior idade, scooters e triciclos elétricos.

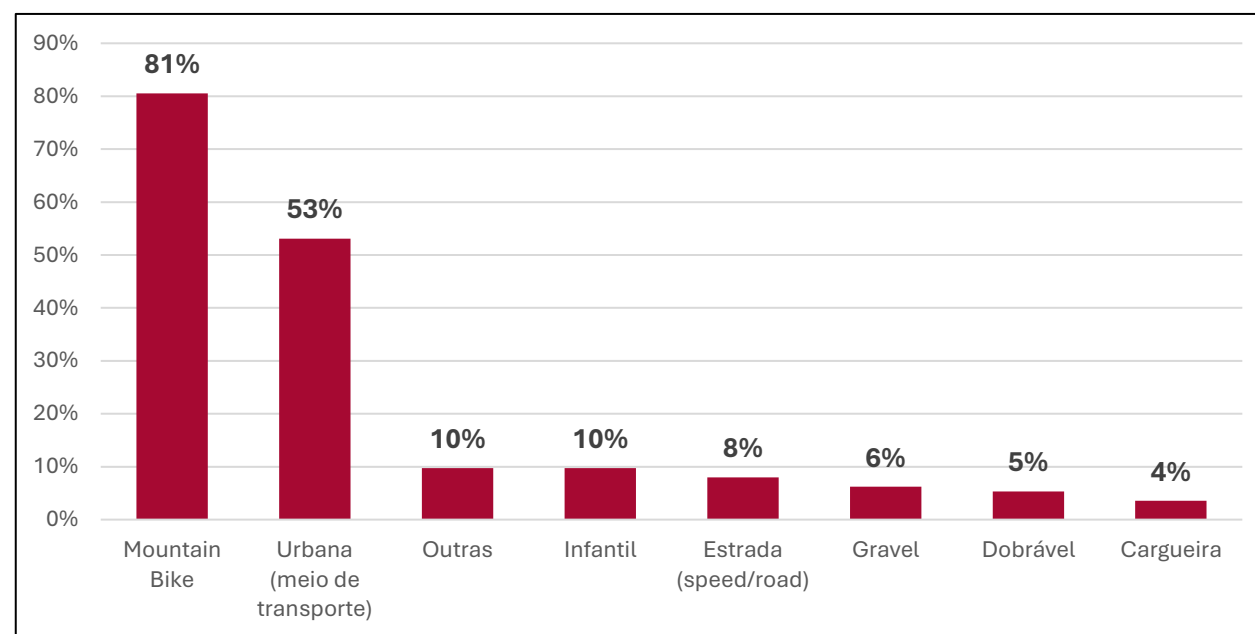


Figura 17: Modelos de bicicleta elétricas comercializadas nas lojas respondentes



Nelson P. Carvalho
Carbono Zero

As bicicletas elétricas representam uma revolução para a ciclologística, ampliando muito as possibilidades e a capacidade deste serviço. Como mercado, a ciclista-entregador precisa de produtos duráveis e com preços atraentes

Faixa de preço médio das bicicletas comercializadas

Entre as lojas que vendem bicicletas inteiras, a faixa de preço médio da bicicleta mais vendida é de até R\$ 1.500 a R\$3.000, com mais de 80% menções entre as lojas entrevistadas.

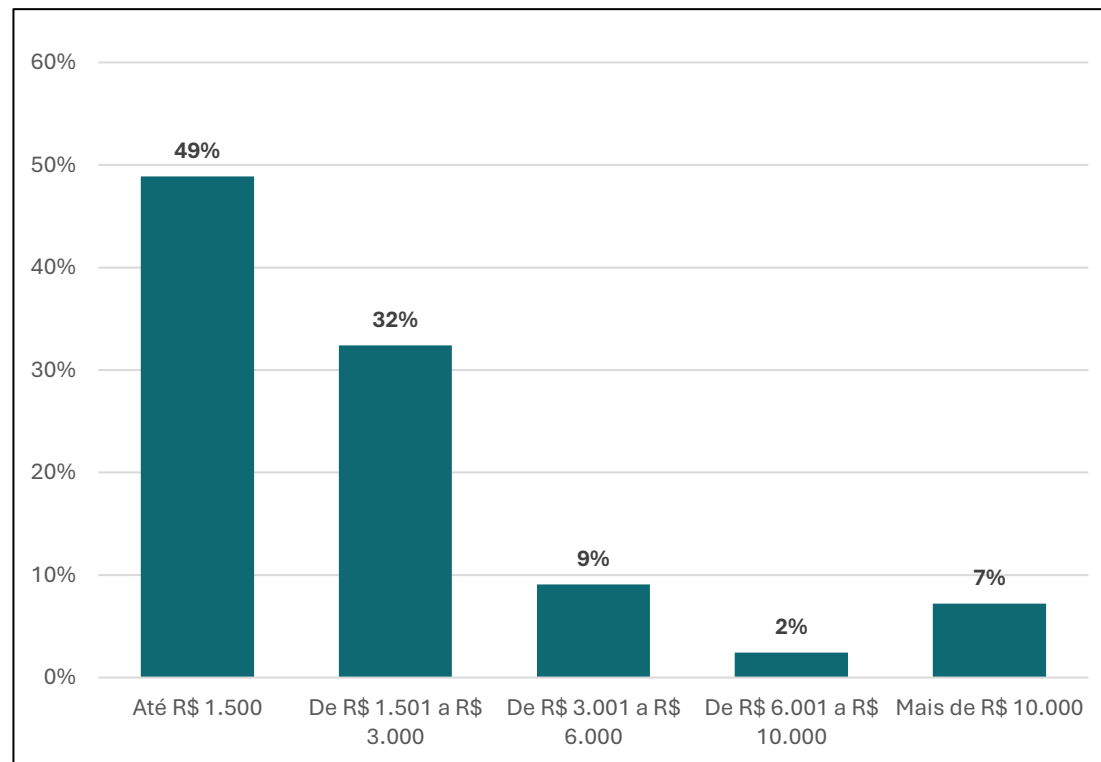


Figura 18: Faixa de preço médio das bicicletas comercializadas em lojas que vendem bicicletas inteiras

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

Vale destacar que modelos acima de R\$ 6 mil correspondem, em média a 10% do faturamento relativo às mountain bikes.

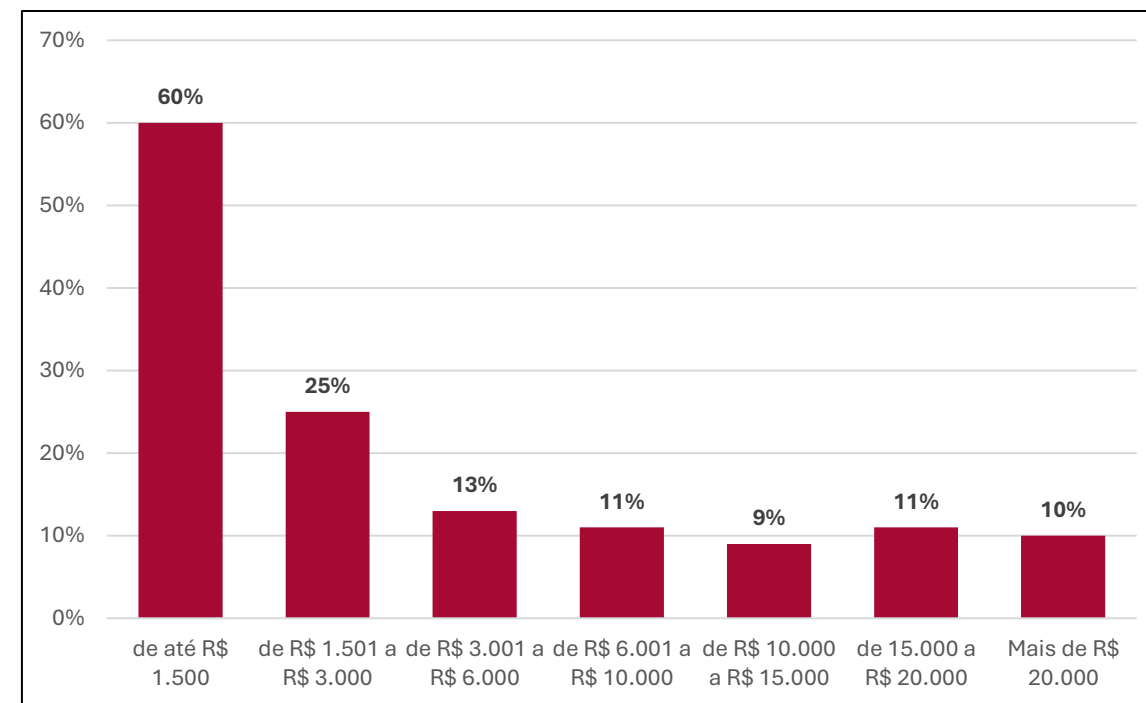


Figura 19: Participação média de cada faixa de preço no faturamento relativo às MTBs

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

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

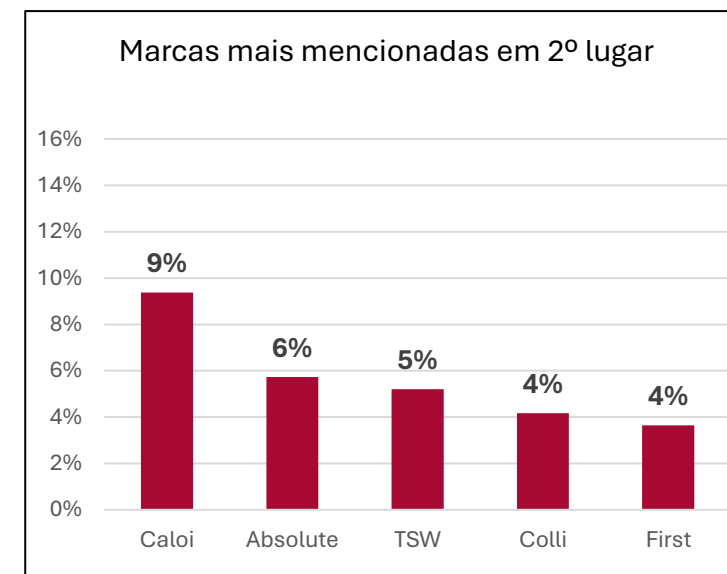
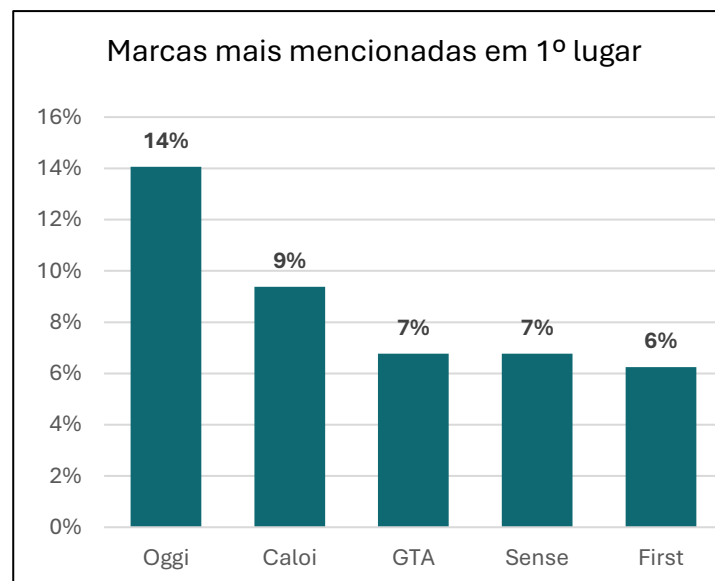


Figura 20a: Menção das marcas mais vendidas pelas lojas em primeiro e segundo lugar

Mais de 140 marcas foram mencionadas pelos lojistas entre as 10 mais importantes para o faturamento de seu estabelecimento

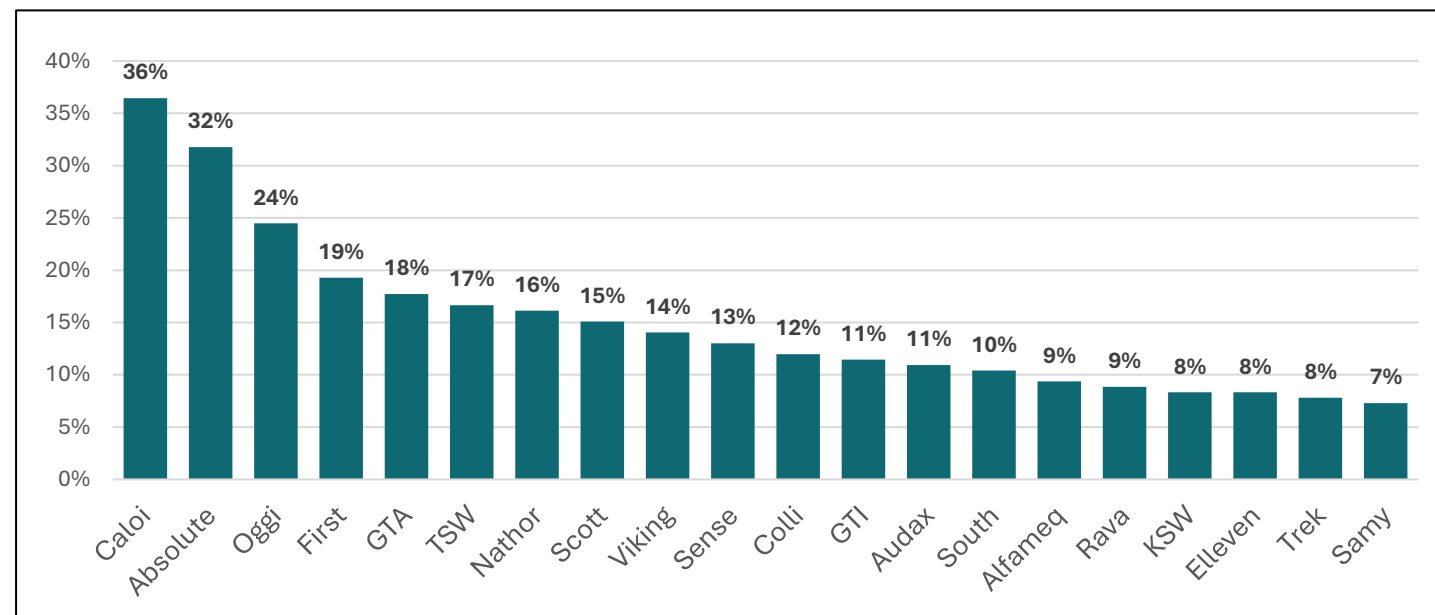


Figura 20b: Proporção de lojas que mencionaram cada marca (20 mais mencionadas)

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

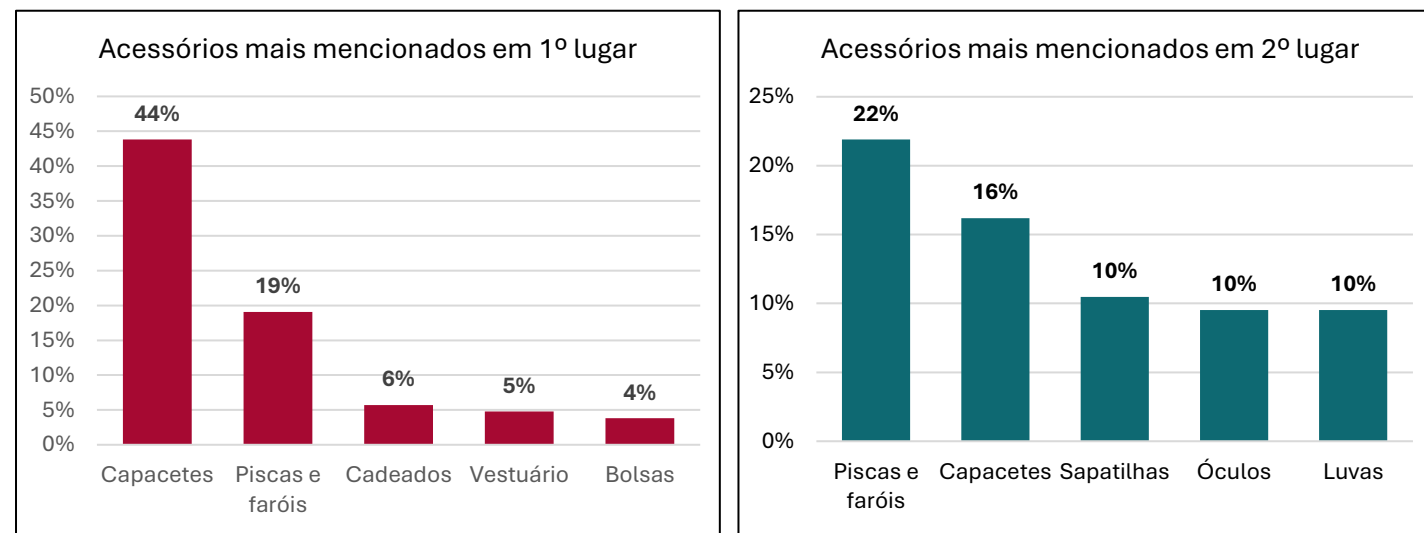


Figura 21a: Acessórios mencionados como mais vendidos em primeiro lugar e menção total de acessórios vendidos pela loja

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

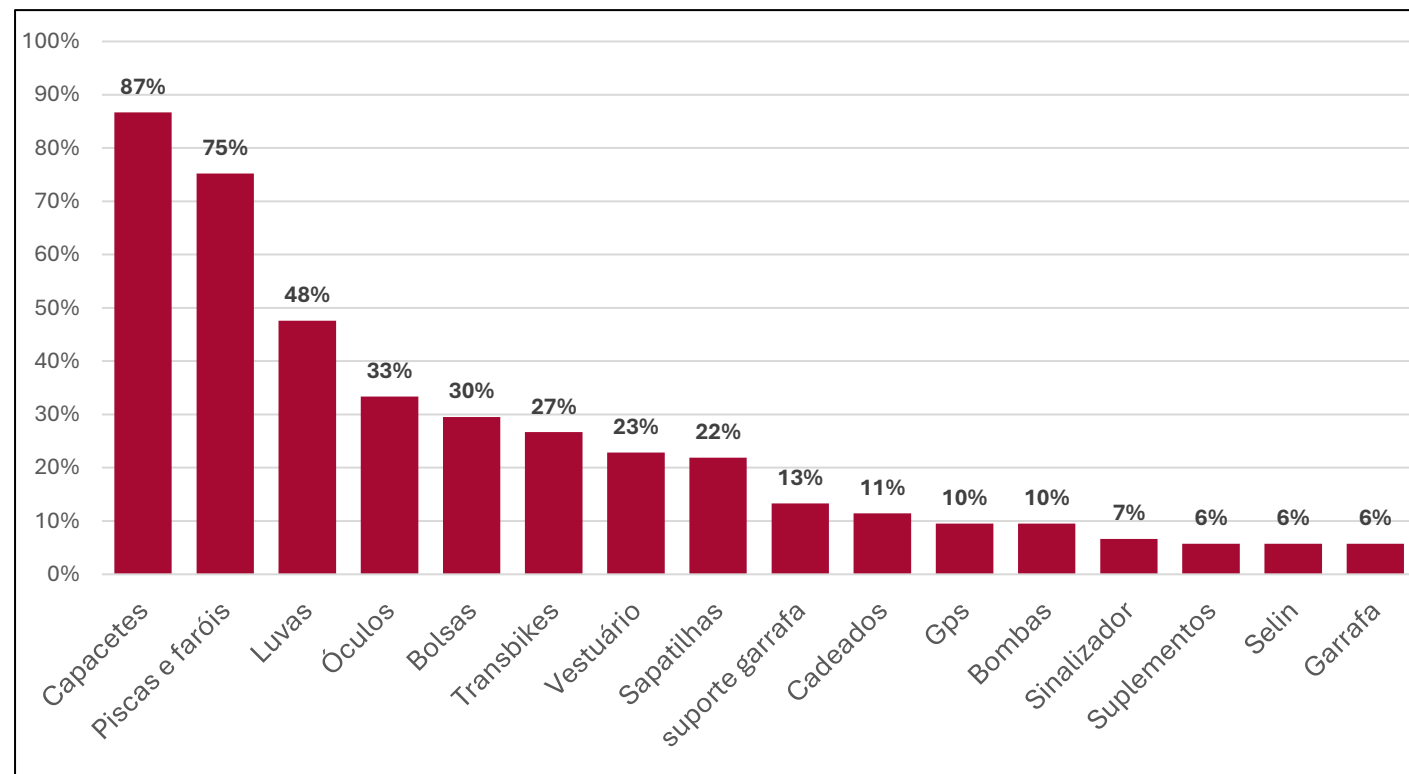


Figura 21b: Menção total dos cinco acessórios mencionados como mais vendidos



**Claudia Kligerman
Assos**

Apesar de ocupar um segmento que é o nicho do nicho, a nossa loja é sempre um bom termômetro do consumo no Brasil e, principalmente, do mercado de bicicleta

E-commerce

O comércio eletrônico apresentou uma queda entre a edição de 2023 e de 2024 da pesquisa.

Ainda assim, a média de crescimento anual de lojas que praticam comércio eletrônico é positiva de 3%.

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

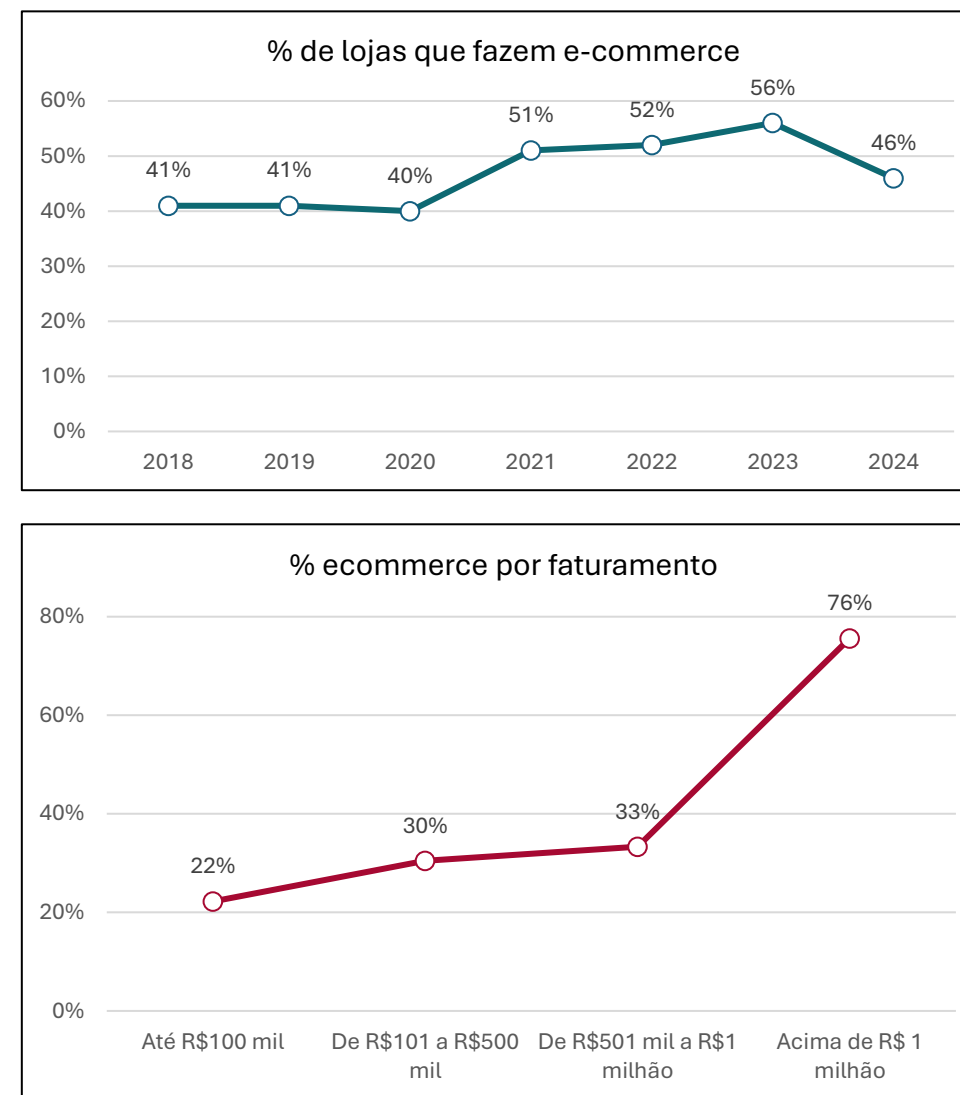


Figura 22: Lojas que comercializam via e-commerce

Entre os que fazem e-commerce, predomina o uso de plataformas já existentes, conhecidas como Marketplace com mais de 70% (se somarmos o uso exclusivo e conjunto com plataformas próprias).

Já entre aqueles que utilizam exclusivamente plataformas próprias houve queda de 18 p.p. entre 2023 e 2024.

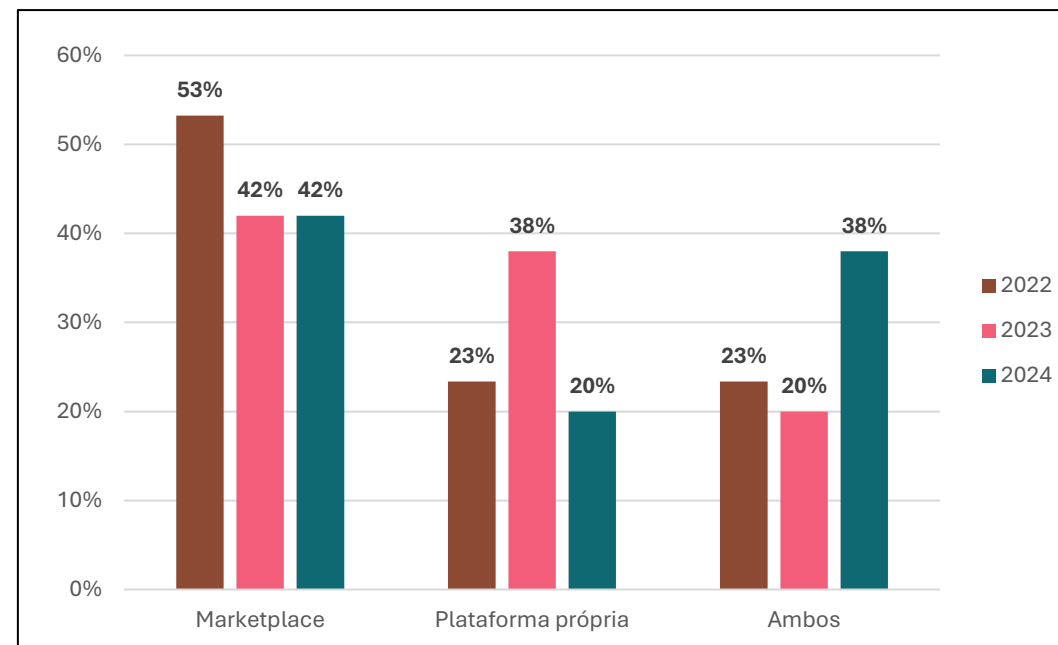


Figura 23: Lojas que já comercializam via e-commerce

Dentre as empresas que utilizam marketplace, o Mercado Livre continua sendo a plataforma de e-commerce mais utilizada, mais de 70% das menções, seguido por Shopee (28%) e OLX com (18%).

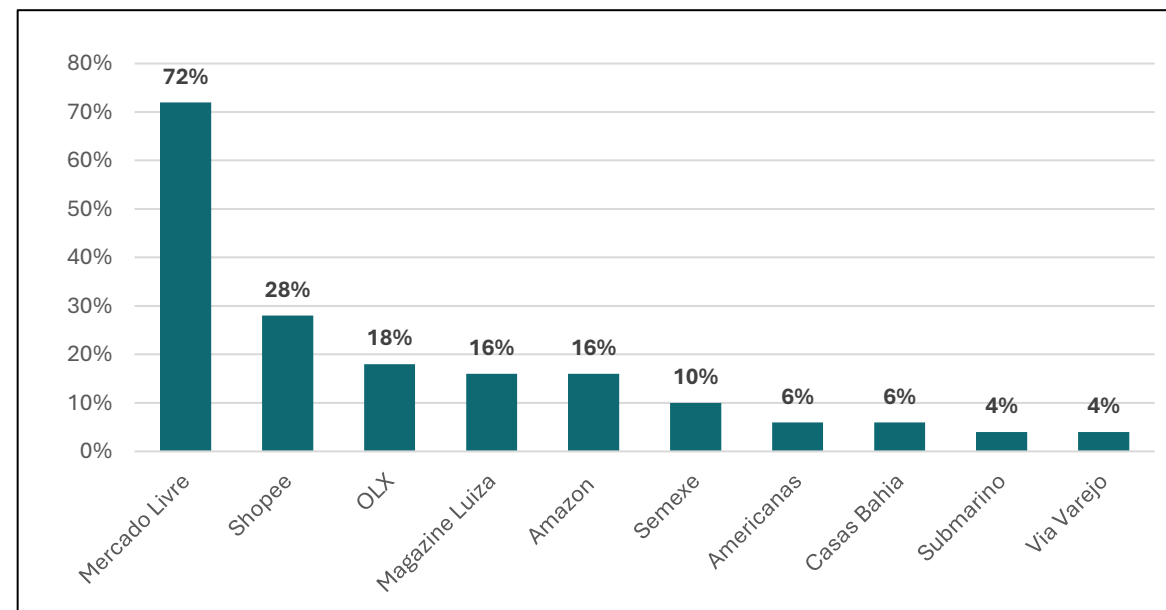


Figura 24: Plataformas de e-commerce utilizadas pelas lojas de bicicletas

Grupos de pedal

A maior parte das lojas segue apoiando grupos de pedal, seja divulgando (43%), doando material ou produtos (36%) ou mesmo organizando (33%)*.

Ainda assim, 30% das lojas não apoia nem organiza nenhum tipo de grupo de pedal.

** Resposta Múltipla: cada respondente podia marcar mais de uma questão*

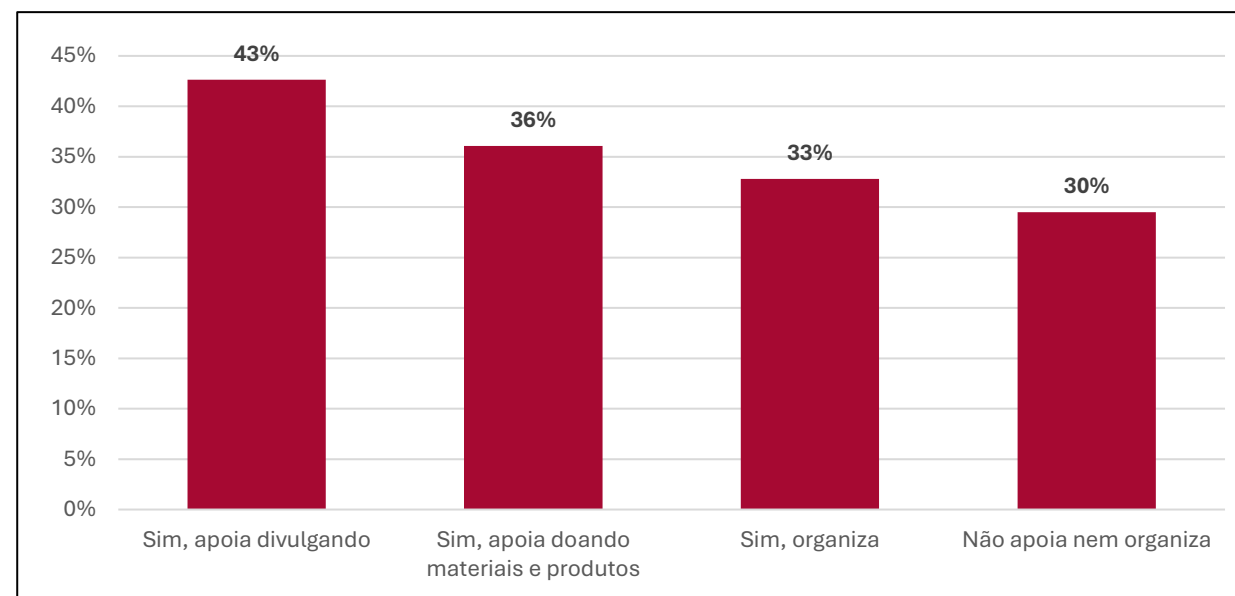


Figura 25: Sua loja apoia ou organiza grupos de pedal?

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 40% delas. Passeios e atividades de cicloturismo são mencionadas por um quarto das lojas.

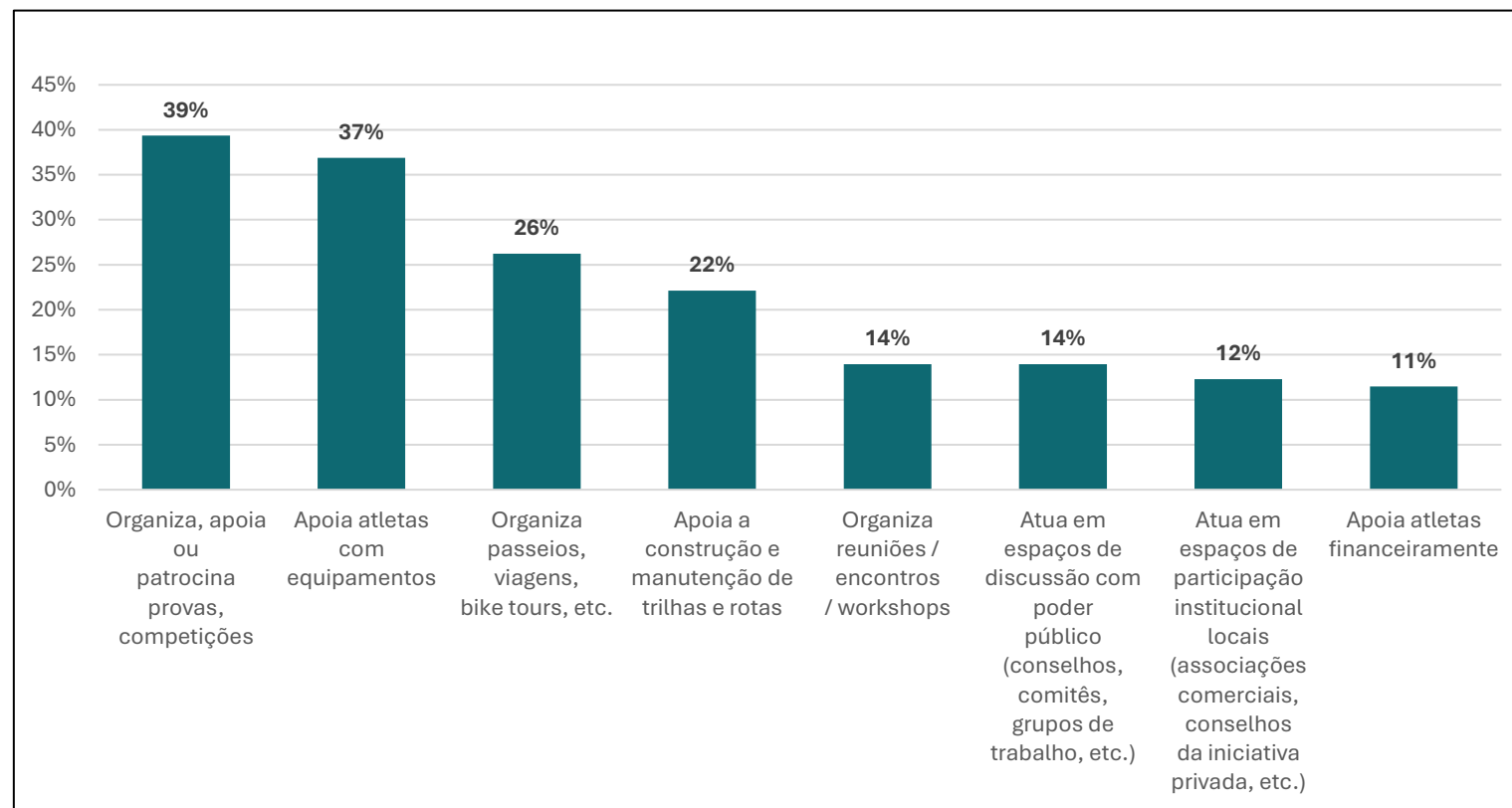


Figura 26: Sua loja apoia ou organiza grupos de pedal?

Estratégias de divulgação das lojas

Quase 20% das lojas possuem alguma estratégia de divulgação. Destas, as plataformas online são a principal estratégia de divulgação de seus produtos, seguida grupos de pedal.

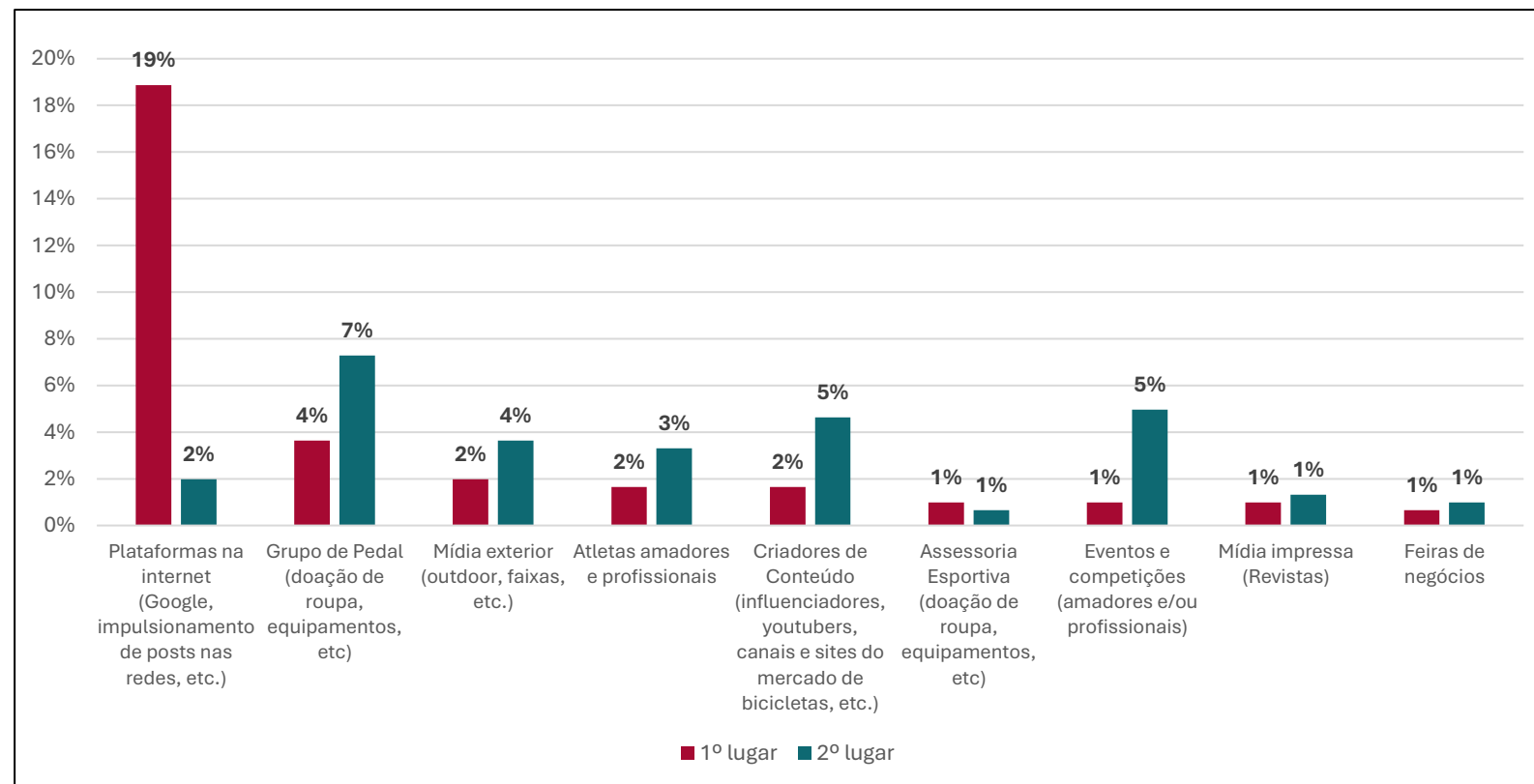


Figura 27a: Por ordem de importância, selecione as estratégias e ações para a divulgação da loja e/ou dos produtos e serviços utilizadas em 2023

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

As lojas tem as plataformas online como principal estratégia de divulgação de seus produtos, seguida dos grupos de pedal.

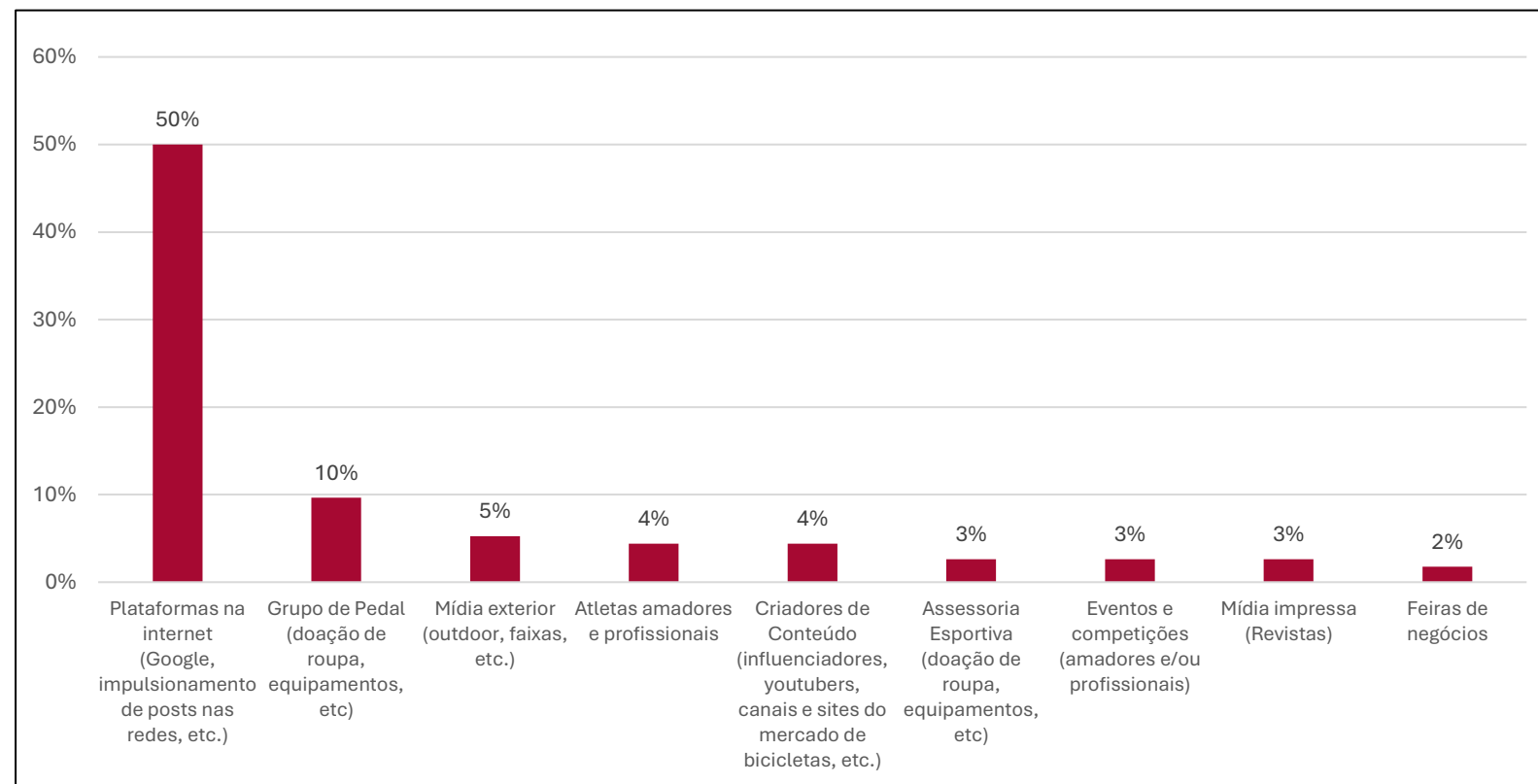


Figura 27b: Total de menções considerando todas as estratégias de divulgação citadas pelas lojas

Expectativas em relação ao ano de 2025

Embora haja um pessimismo em relação à situação econômica do país, os lojistas são otimistas em relação à situação econômica de suas lojas. Mais da metade deles acreditam que sua loja irá melhorar de situação em 2025, e um terço acha que a loja irá piorar. Mais de 35% acredita que irá investir na ampliação física do estabelecimento em 2025.

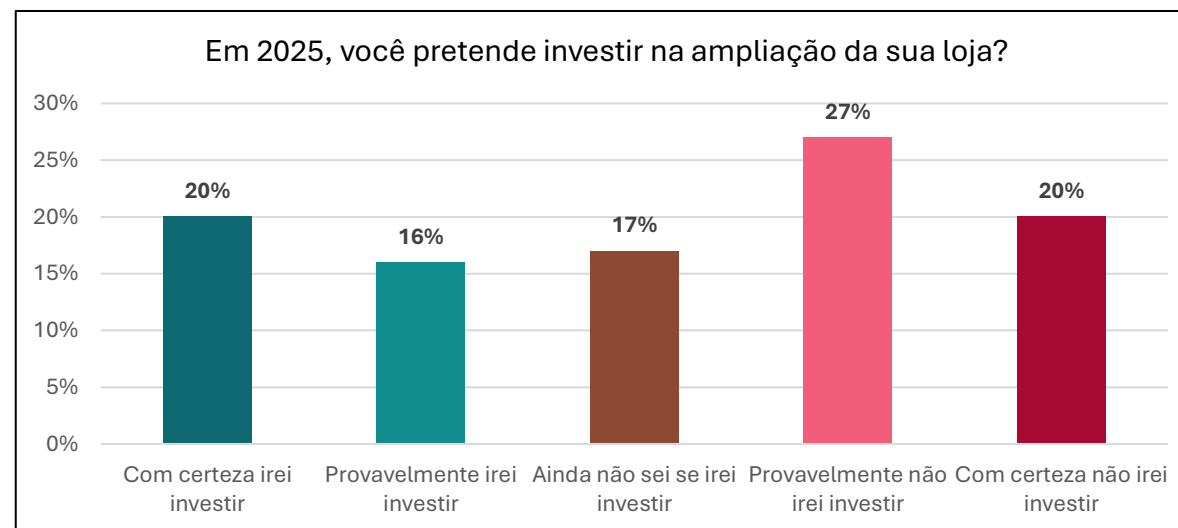
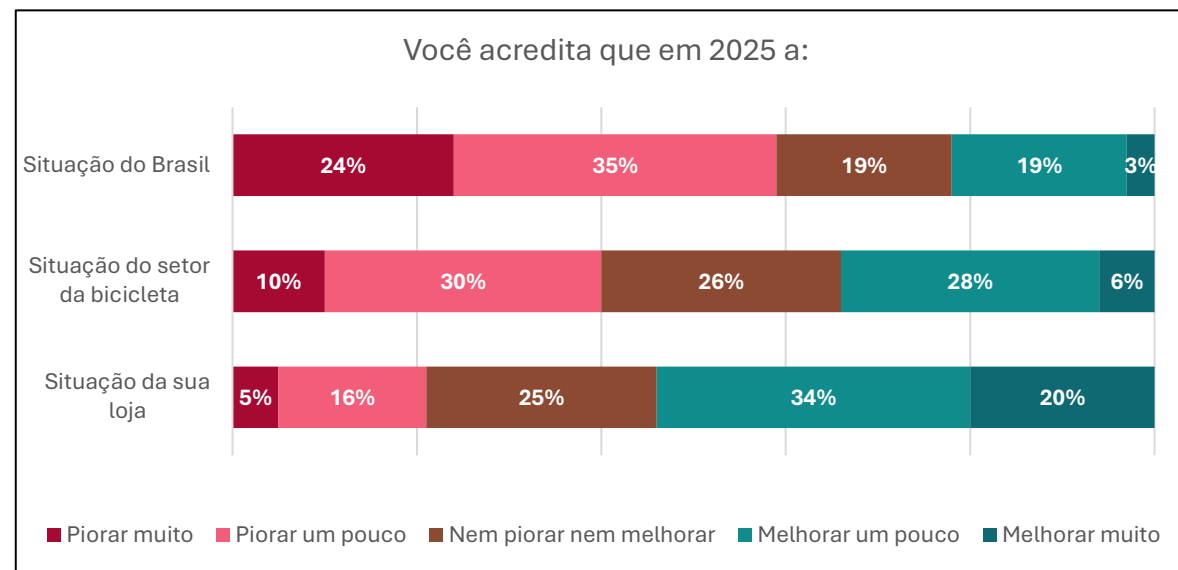


Figura 28: Percepção dos lojistas em relação ao ano de 2025





ALIANÇABIKE

Associação Brasileira do Setor de Bicicletas



/AliancaBikeOficial



@aliancabike



/aliancabike



@BicicletaNews



(11) 97114 0140



www.aliancabike.org.br



contato@aliancabike.org.br



ALIANÇA**BIKE**
Associação Brasileira do Setor de Bicicletas

ISBN 978-65-999870-6-9