

SONDAGEM DE CONFIANÇA E EXPECTATIVA DOS DIRIGENTES DE VENDAS E *MARKETING* DO BRASIL

RESULTADOS

1º TRIMESTRE DE 2022

Destaques do 1º trimestre de 2022

Sondagem destaca início de 2022 positivo para as empresas, com avanço da confiança e otimismo de dirigentes de vendas e *marketing*

A **Sondagem de Confiança e Expectativa dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil** é conduzida trimestralmente pela ADVB com apoio técnico da Fipe, com o objetivo de acompanhar a opinião de ocupantes de cargos de vendas e *marketing* com respeito à evolução recente da economia brasileira, dos setores em que atuam e das empresas em que trabalham, bem como as expectativas em relação a três dimensões para os próximos 12 meses. Adicionalmente, a sondagem inclui um levantamento das expectativas de dirigentes e ocupantes de cargos das áreas supracitadas quanto ao desempenho das vendas e à evolução da verba disponível para ações de *marketing* no curso dos próximos meses.

- **Amostra da sondagem:** foram convidados a participar da sondagem indivíduos com cargos nas áreas de vendas e *marketing*, dirigentes e ocupantes de cargos relevantes em suas empresas e instituições. A 17ª rodada teve como referência o 1º trimestre de 2022 e contou com as contribuições de 509 respondentes entre 11 de abril e 09 de maio de 2022.
- **Perfil dos respondentes e empresas:** em termos de perfil sociodemográfico, 76,5% dos respondentes se autodeclararam do gênero masculino e 75,7% apresentavam 45 anos ou mais. Geograficamente, predominavam na amostra respondentes de empresas sediadas em: São Paulo (42,2%), Paraná (33,6%), em Santa Catarina (8,9%), Distrito Federal (2,8%), Pernambuco (2,8%) Rio Grande do Sul (2,8%), Minas Gerais (2,5%), Rio de Janeiro (1,4%), entre outras unidades da federação. Em relação à posição ocupada, a maior parte dos respondentes da 17ª rodada apresenta cargos relacionados à presidência; direção geral e de vendas; gerência comercial, de *marketing* e de vendas; superintendência de *marketing*, direção de planejamento estratégico; entre outras posições. Em termos de enquadramento, as empresas dos respondentes atuavam em atividades relacionadas a comércio e serviços (85,3%), indústria (11,9%) e agronegócio (2,8%). Finalmente, no quesito porte, a maior parcela dos respondentes (37,8%) integrava empresas classificadas como de pequeno porte (até 9 funcionários); 30,8% faziam parte de empresas e organizações com entre 10 e 99 funcionários; e 8,9% compunham empresas com 100 ou mais funcionários.
- **Confiança e expectativa:** no 1º trimestre de 2022, a confiança voltou a registrar resultados mistos, em decorrência da melhora marginal das condições econômicas relacionadas aos setores, às empresas e negócios dos respondentes, em paralelo à leve deterioração das condições gerais da economia brasileira. Na comparação com os resultados da sondagem no 1º trimestre de 2021, todavia, é possível destacar um avanço generalizado da confiança dos respondentes, abrangendo todas as três dimensões consideradas pela sondagem. Em relação às expectativas, os resultados apurados no último trimestre destacaram um quadro mais benigno, pautado por um otimismo que, embora mais abrangente, também tem como ênfase o desempenho projetado para as empresas e negócios dos participantes da sondagem. Conclusão similar se dá pela comparação entre a expectativas dos respondentes no 1º trimestre de 2022 e o mesmo período de 2021, com avanços registrados no âmbito da economia brasileira, no setor de atuação das empresas dos respondentes e nas próprias empresas/negócios dos respondentes. Em síntese, os resultados da sondagem do 1º trimestre de 2022 oferecem ao menos duas leituras do cenário econômico atual, segundo a ótica dos dirigentes de vendas e *marketing*: o primeiro, de longo prazo, representado pela consolidação de um quadro visível de melhora frente à percepção dominante em um momento crítico da pandemia, há um ano; o segundo, de curto prazo, marcado pelo contraste entre o momento delirado e de incertezas vivido pela economia brasileira e o desempenho/otimismo dos respondentes com suas respectivas empresas e dos negócios.
- **Expectativa dos dirigentes em relação às vendas e verba de *marketing*:** parte majoritária dos respondentes projeta crescimento tanto no valor das vendas quanto na verba disponível para ações de *marketing* no decorrer dos próximos 12 meses. Especificamente, com relação ao desempenho esperado do valor das vendas nos próximos 12 meses, os respondentes se distribuíram entre aqueles que se declararam otimistas (79,1%) e pessimistas (10,4%), além de uma parcela restante dos respondentes (10,5%) que apostava na manutenção dos patamares atuais. Já com relação à verba de *marketing*, adotando como referência o mesmo horizonte, a expectativa média apurada com relação à verba disponível foi um pouco menos otimista, distribuindo-se da seguinte forma: expectativa de aumento para 60,5%; de estabilidade, para 27,6%; e de queda, para os demais (11,9%).

Sumário

- Objetivos da Sondagem
- Metodologia da Sondagem
- Resultados para o 1º trimestre de 2022
 - Perfil sociodemográfico dos respondentes
 - Perfil profissional, empresarial e setorial dos respondentes
 - Grau de confiança e expectativas dos respondentes
 - Expectativa de vendas e verba de *marketing*

Objetivos da Sondagem

A Sondagem de Confiança e Expectativa dos Dirigentes de Vendas e *Marketing* do Brasil, realizada pela ADVB com apoio da Fipe, tem como objetivos:

- Avaliar a opinião de ocupantes de cargos de vendas e *marketing*, bem como de outras áreas estratégicas de empresas e outras organizações, com respeito à situação atual e expectativa de evolução da economia brasileira, setores econômicas, empresas e negócios;
- Avaliar a expectativa dos agentes em relação ao comportamento futuro do valor das vendas e também da verba disponível de *marketing* para desenvolvimento de investimentos e promoção de ações nessa área.

Metodologia da Sondagem

A metodologia empregada para condução da sondagem consistiu na **elaboração de um questionário eletrônico**, formulado com perguntas desenhadas para obtenção das informações desejadas, tais como: *perfil dos respondentes, nível de confiança e expectativa dos respondentes, bem como opinião sobre as áreas prioritária para ações e investimentos da ADVB.*

Foram convidados a participar da sondagem indivíduos com cargos nas áreas de vendas e *marketing*, dirigentes e ocupantes de cargos relevantes em suas empresas, organizações e instituições. A presente rodada da sondagem (a décima sétima no histórico), referente à avaliação do **1º trimestre de 2022**, permaneceu ativa entre **11/04/2022** e **09/05/2022**, coletando um **total de 509 respostas**.

Metodologia da Sondagem

Em particular, dois grupos de questões são centrais na sondagem:

percepção dos
agentes com relação
à situação presente

Na sua opinião, no decorrer dos **últimos 6 meses**:

13. ...as condições gerais da **economia brasileira**:

Pioraram muito Pioraram Não se alteraram Melhoraram Melhoraram muito

14. ...as condições gerais do **setor da sua empresa ou organização**:

Pioraram muito Pioraram Não se alteraram Melhoraram Melhoraram muito

15. ...o desempenho e os resultados da **sua empresa e dos seus negócios**:

Pioraram muito Pioraram Não se alteraram Melhoraram Melhoraram muito

percepção dos
agentes com relação
ao futuro

Qual a sua expectativa para os **próximos 6 meses**, em relação:

16. ...à evolução das **condições gerais da economia brasileira**:

Muito pessimista Pessimista Neutro Otimista Muito otimista

17. ...à evolução das condições do **setor da sua empresa ou organização**:

Muito pessimista Pessimista Neutro Otimista Muito otimista

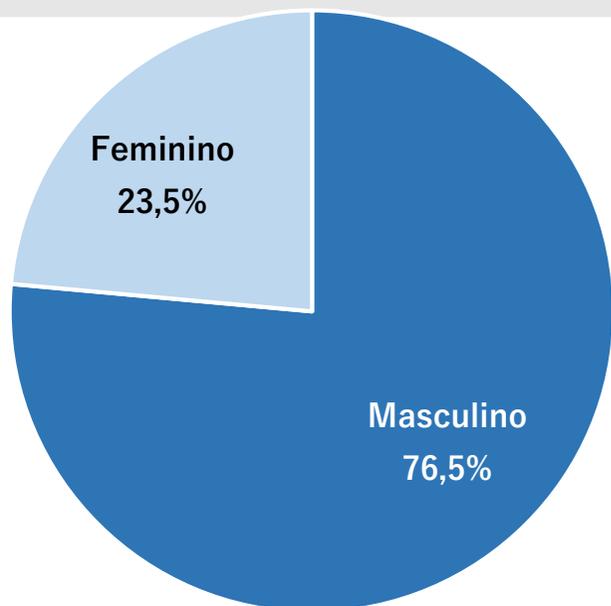
18. ...ao desempenho da sua **empresa e dos seus negócios**:

Muito pessimista Pessimista Neutro Otimista Muito otimista

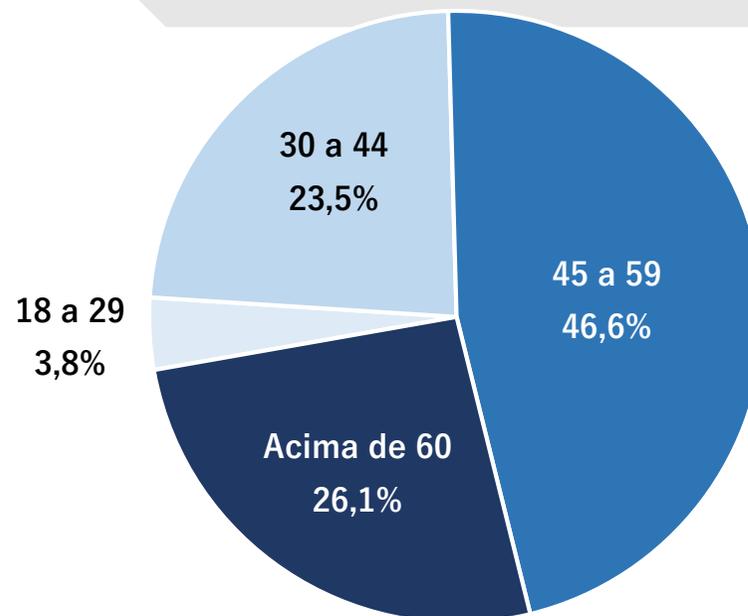
Perfil sociodemográfico

De acordo com informações coletadas na avaliação no 1º trimestre de 2022:

76,5% dos respondentes eram do **gênero masculino**



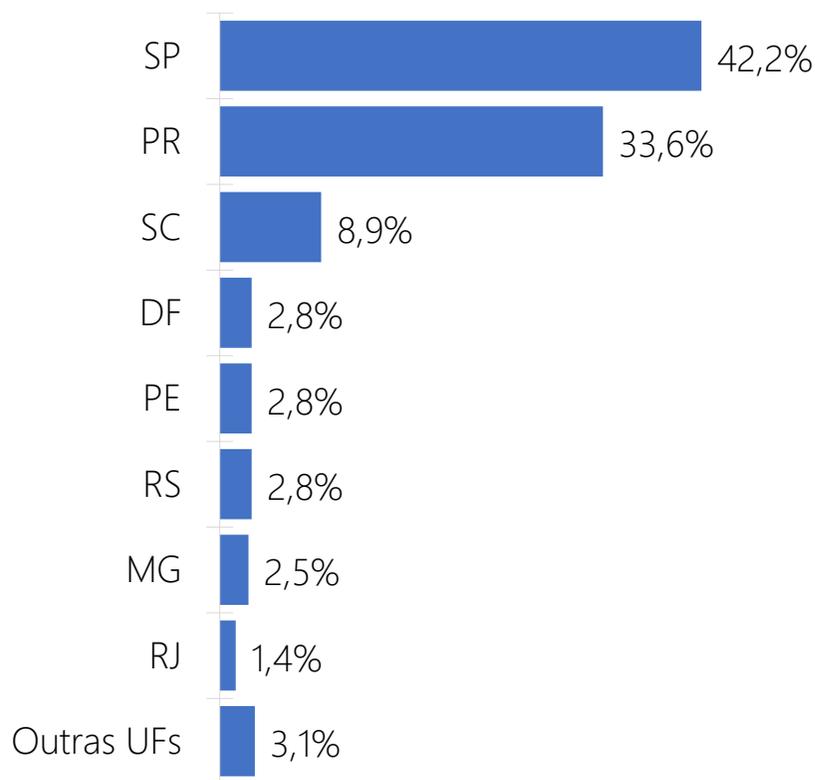
72,7% dos respondentes possuíam **45 anos ou mais**



Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Perfil sociodemográfico

De acordo com informações colhidas, a base dos respondentes ocupava cargos em empresas sediadas em unidades federativas da **regiões Sul e Sudeste** do país:

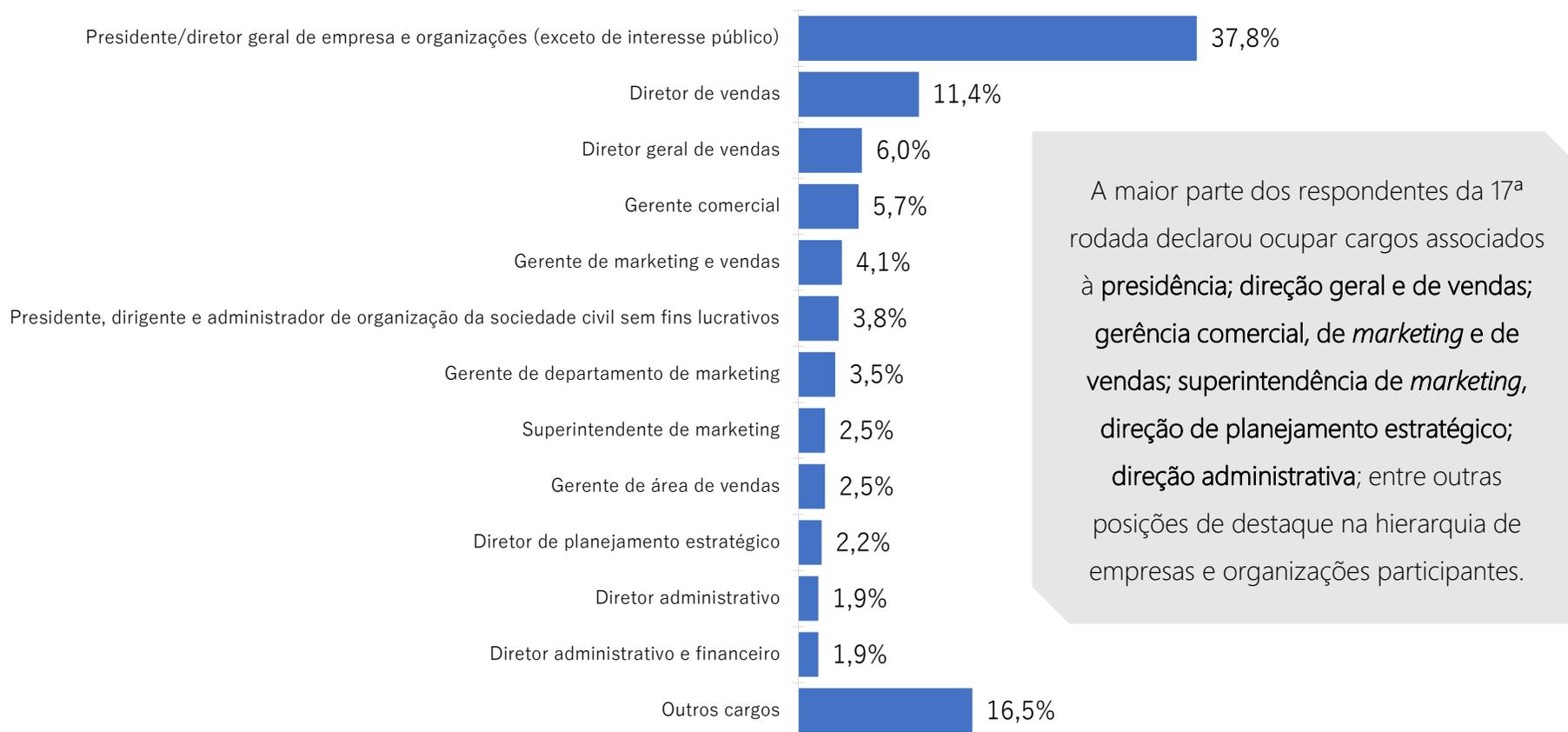


Na 17ª rodada da sondagem, 42,2% dos respondentes trabalhavam em empresas sediadas em São Paulo. Em seguida, destacaram-se respondentes que trabalhavam em empresas localizadas no Paraná (33,6%), em Santa Catarina (8,9%), Distrito Federal (2,8%), Pernambuco (2,8%), Rio Grande do Sul (2,8%), Minas Gerais (2,5%), Rio de Janeiro (1,4%), entre outras UFs.

Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Perfil profissional

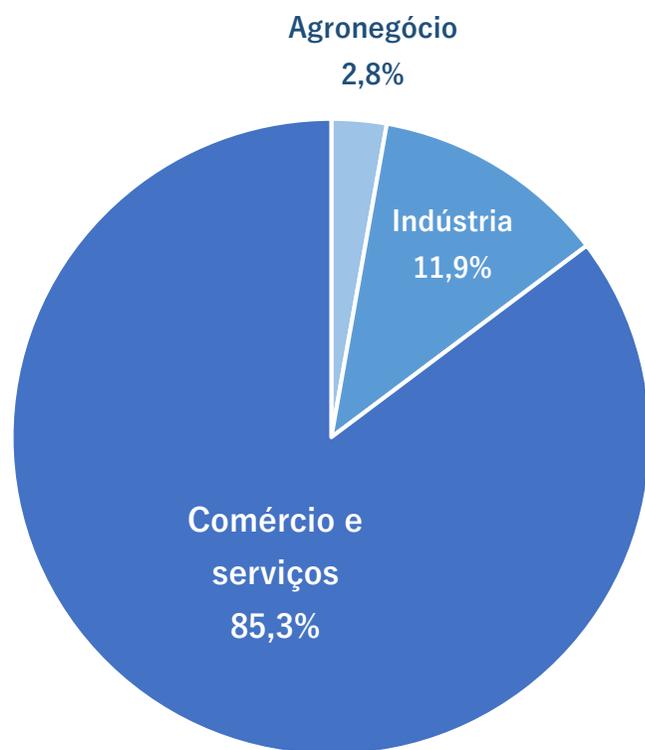
Quanto aos **cargos ocupados** pelos respondentes em suas empresas e organizações:



Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Perfil setorial e empresarial

Em relação à alocação setorial das empresas dos respondentes:



Ainda de acordo com dados da 17ª rodada, 85,3% dos respondentes ocupavam cargos em empresas com atividades no setor de comércio e serviços, 11,9% estavam ocupados em empresas atuantes em ramos e atividades de perfil industrial, enquanto 2,8% integravam empresas cujas atividades foram classificadas como parte do agronegócio nacional.

Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Perfil setorial e empresarial

Mais especificamente, em relação aos segmentos econômicos de atuação das empresas

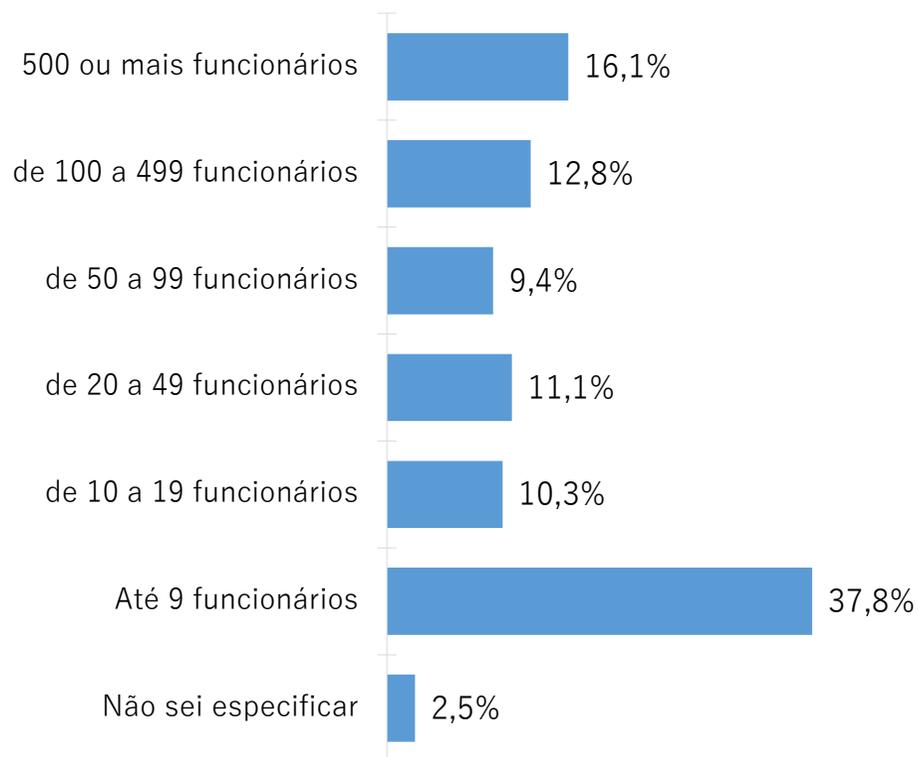


Os principais segmentos de atuação das empresas dos respondentes na última rodada da sondagem incluíam: **comércio varejista (8,1%)**, **serviços de tecnologia da informação (6,5%)**, **publicidade e pesquisa de mercado (6,0%)**, **educação (6,0%)**, **outras atividades profissionais, científicas e técnicas (5,1%)**, **consultoria e gestão empresarial (4,3%)**, **serviços de escritório e apoio administrativo (4,1%)**, **atividades de serviços de financeiros (3,3%)**, entre outros segmentos da economia brasileira.

Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Tamanho da empresa

Finalmente, em relação ao tamanho (porte) das empresas dos respondentes:

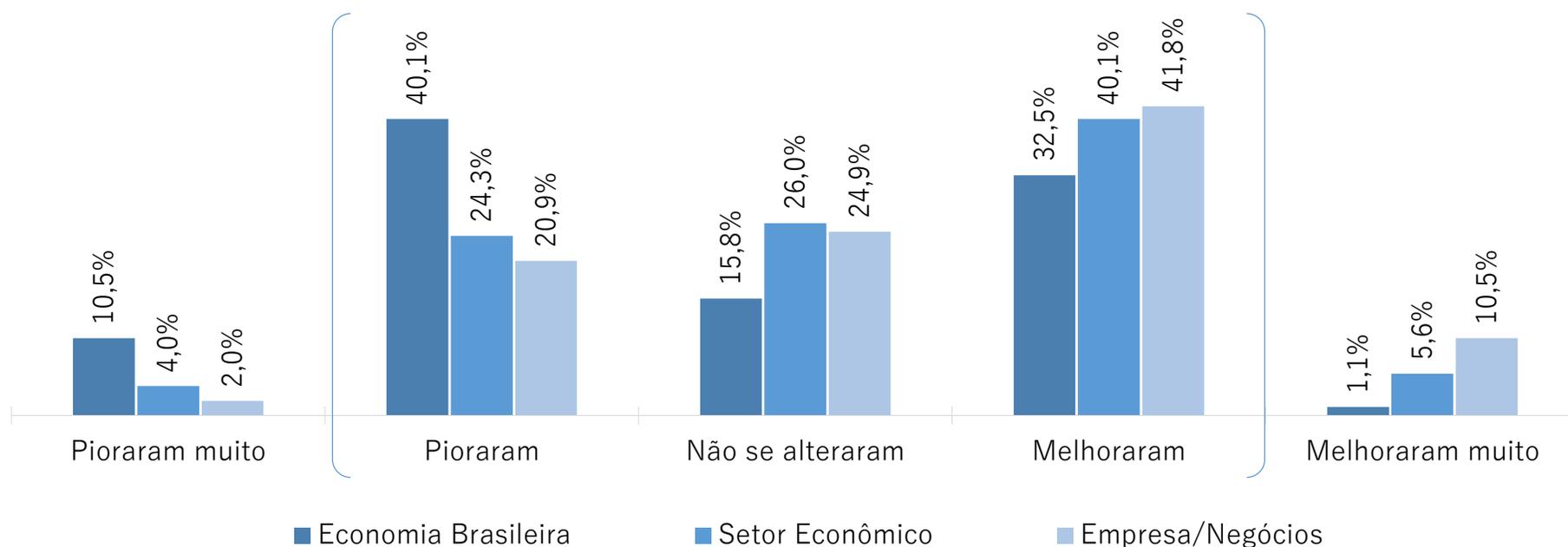


Em termos de tamanho, os respondentes da última rodada se distribuíram entre empresas de pequeno porte, com até 9 funcionários (37,8%); empresas de médio porte, que contavam com um quadro de 10 a 99 funcionários (30,8%); e empresas de grande porte, que empregavam 100 ou mais funcionários (28,9%).

Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Confiança

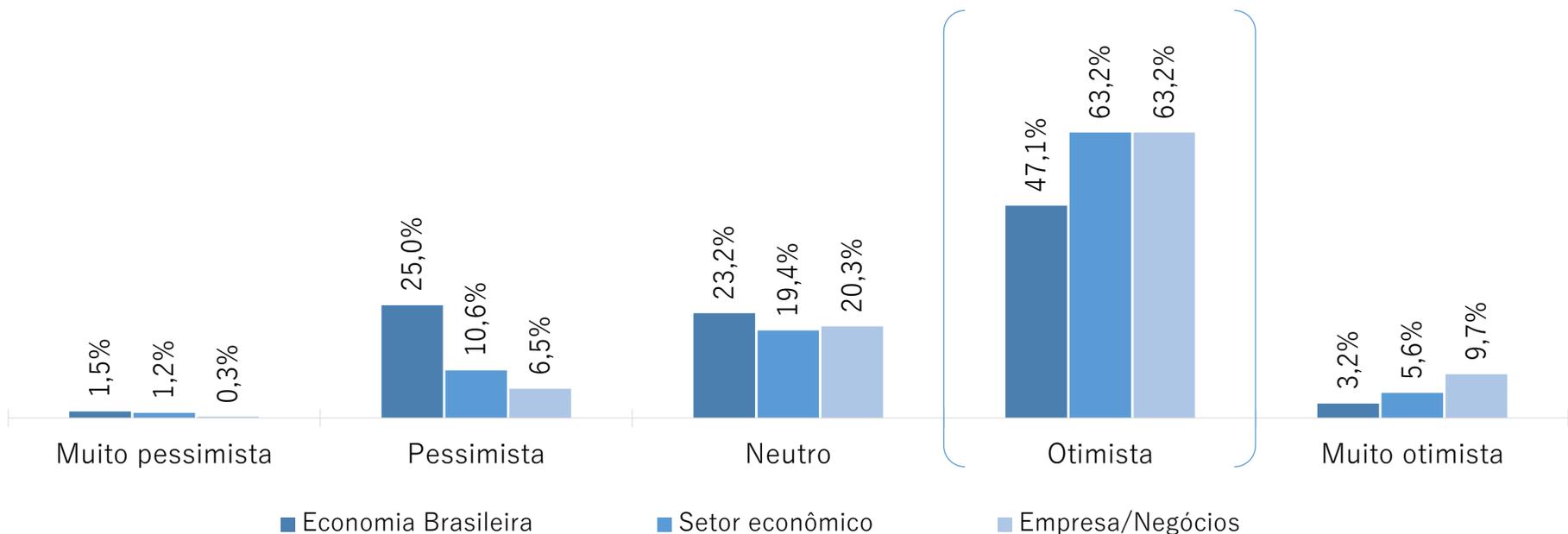
Em termos de confiança, as **condições da economia brasileira** pioraram ou pioraram muito para 50,6% dos respondentes, não se alteraram para 15,8% e melhoraram/melhoraram muito para 33,6%. Em relação ao **setor de atuação da empresa**, as condições pioraram/pioraram muito para 28,2% dos respondentes, permaneceram inalteradas para 26,0% e melhoraram/melhoraram muito para 45,8%. Finalmente, as **condições vivenciadas pelas empresas e o andamento dos negócios** dos respondentes pioraram ou pioraram muito para 22,9% dos respondentes, não se alteraram para 24,9% e melhoraram/melhoraram muito para 52,3%.



Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Expectativa

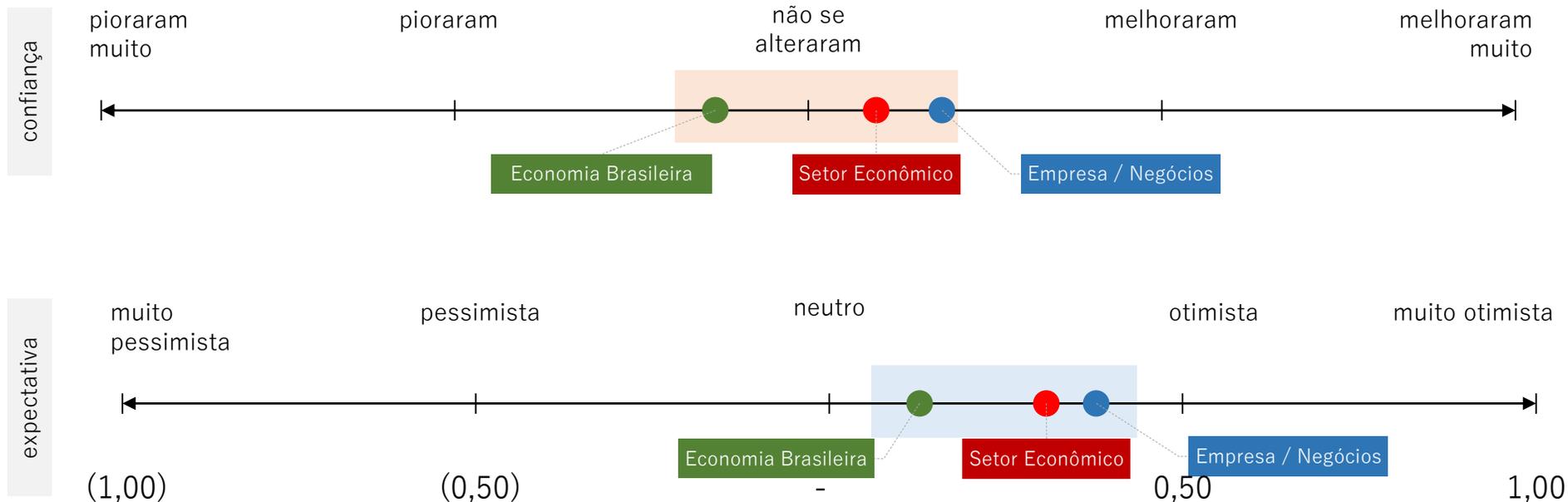
No tocante às expectativas dos agentes para o futuro próximo, os respondentes da última pesquisa se distribuíram da seguinte forma: com relação à **economia brasileira**, 26,5% estavam pessimistas ou muito pessimistas; 23,2% se mostraram **neutros** e 50,3% estavam **otimistas** ou **muito otimistas**. Com respeito ao **setor de atuação**, 11,8% se mostraram pessimistas ou muito pessimistas; 19,4% apontaram neutralidade e 68,8% estavam otimistas ou muito otimistas. Finalmente, no tocante à **empresa em que atuam**, a expectativa era pessimista/muito pessimista para 6,8% dos respondentes; neutra para 20,3% e otimista/muito otimista para 72,9%.



Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Confiança x Expectativa (1º trimestre/2022)

Os resultados do 1º trimestre de 2022 indicaram resultados mistos para a confiança, graças, por um lado, à discreta deterioração das condições da **economia brasileira**, em paralelo à ligeira melhora das condições vivenciadas pelo **setor de atuação** e **empresas** dos respondentes. Comparativamente, no campo das expectativas, prevaleceu um quadro de otimismo mais generalizado, destacando-se a perspectiva dos respondentes para o desempenho das **empresas e negócios** no decorrer dos próximos meses.

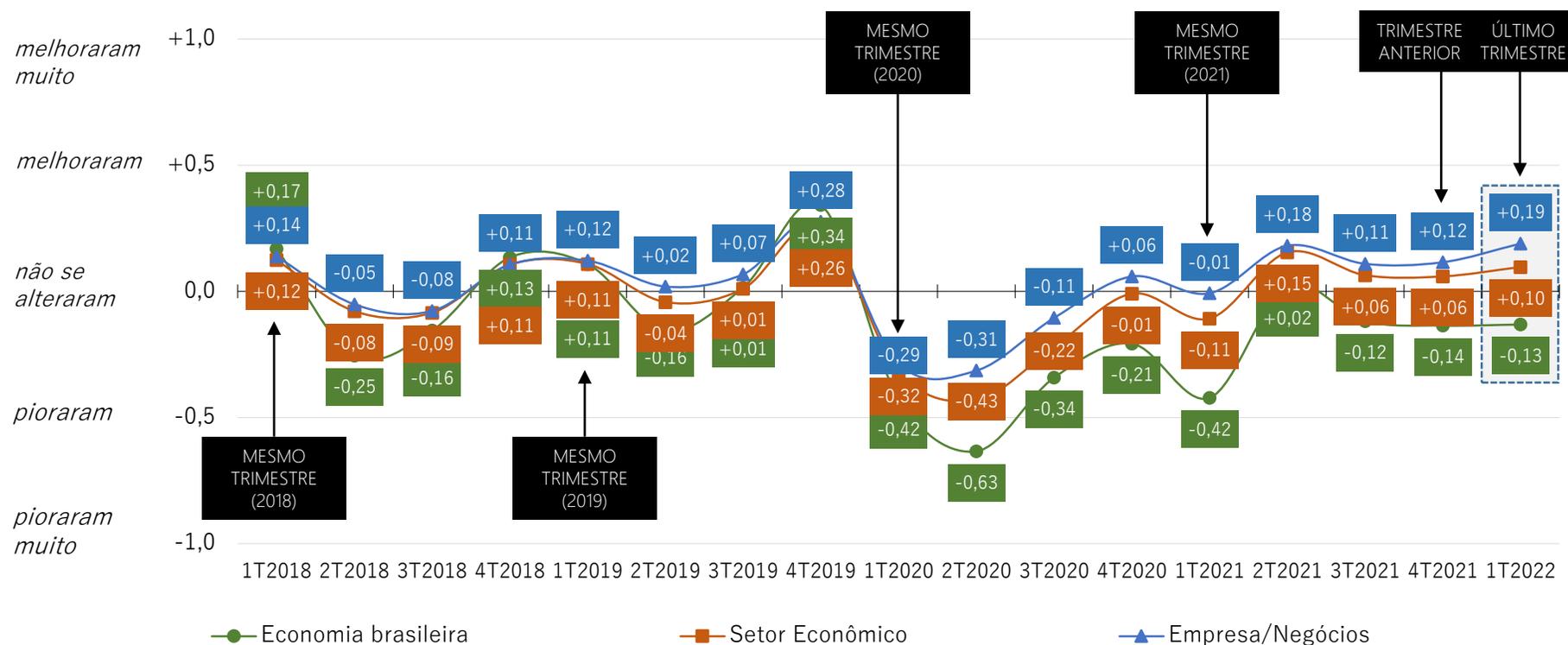


Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Nota (*): a pesquisa atribuiu um peso às opções de resposta (-1,0; -0,5; 0; +0,5 e +1,0), tanto para a medição da confiança (momento atual) quanto a expectativa (futura), obtendo um índice médio para cada um dos agregados (economia brasileira, setor econômico e empresa/negócios)

Evolução da Confiança

No gráfico evolutivo, é possível evidenciar que os níveis da **confiança*** dos respondentes apresentaram ligeira melhora em relação ao trimestre anterior, principalmente em torno das condições vivenciadas pelas suas **empresas e negócios**. Na comparação com o mesmo período de 2021, por sua vez, os resultados apurados no 1º trimestre de 2022 destacam um aumento generalizado da confiança.

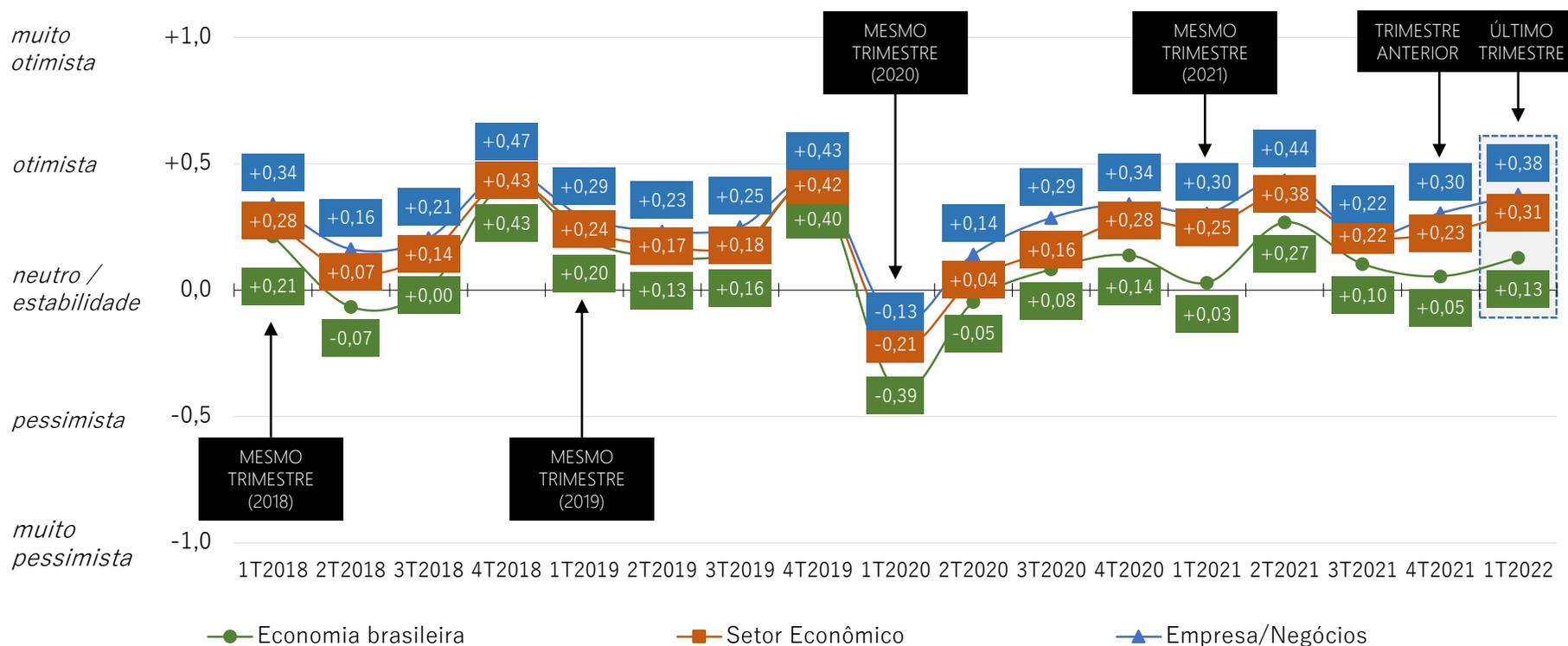


Fonte: Sondagem ADVB. Elaboração: FIPE.

Nota (*): a pesquisa atribuiu um peso às opções de resposta (-1,0; -0,5; 0; +0,5 e +1,0), tanto para a medição da confiança (momento atual) quanto a expectativa (futura), obtendo um índice médio para cada um dos agregados (economia brasileira, setor econômico e empresa/negócios).

Evolução da Expectativa

No campo das expectativas*, a comparação entre os resultados do 1º trimestre de 2022 aqueles apurados nos trimestre anteriores também evidencia um quadro evolutivo marcadamente benigno, pautado pelo avanço do otimismo em todas as dimensões consideradas na sondagem, com destaque para o desempenho esperado para os **negócios e empresas** em que os respondentes atuavam.

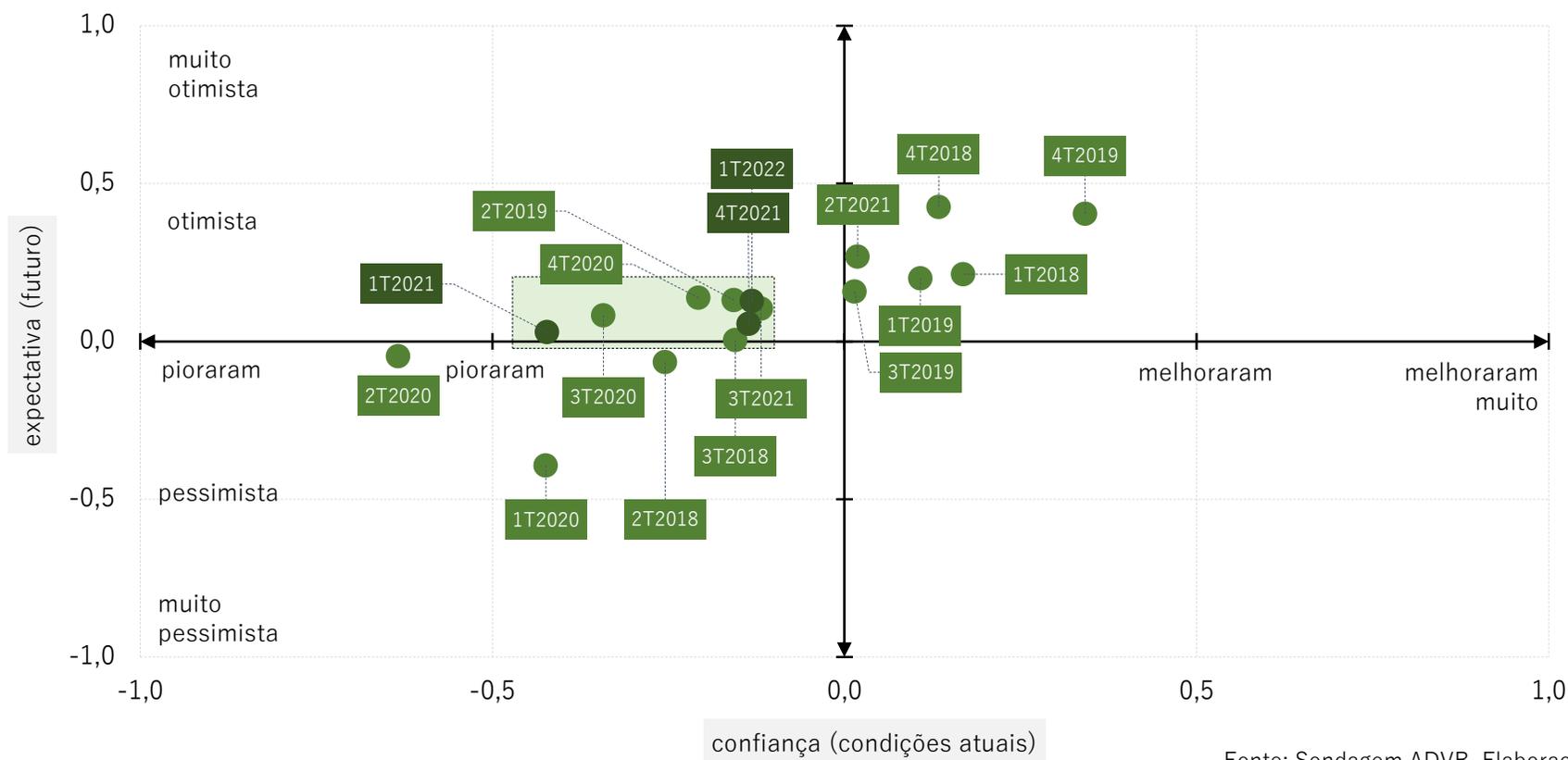


Fonte: Sondagem ADVB. Elaboração: FIPE.

Nota (*): a pesquisa atribuiu um peso às opções de resposta (-1,0; -0,5; 0; +0,5 e +1,0), tanto para a medição da confiança (momento atual) quanto a expectativa (futura), obtendo um índice médio para cada um dos agregados (economia brasileira, setor econômico e empresa/negócios).

Confiança x Expectativa: Economia Brasileira

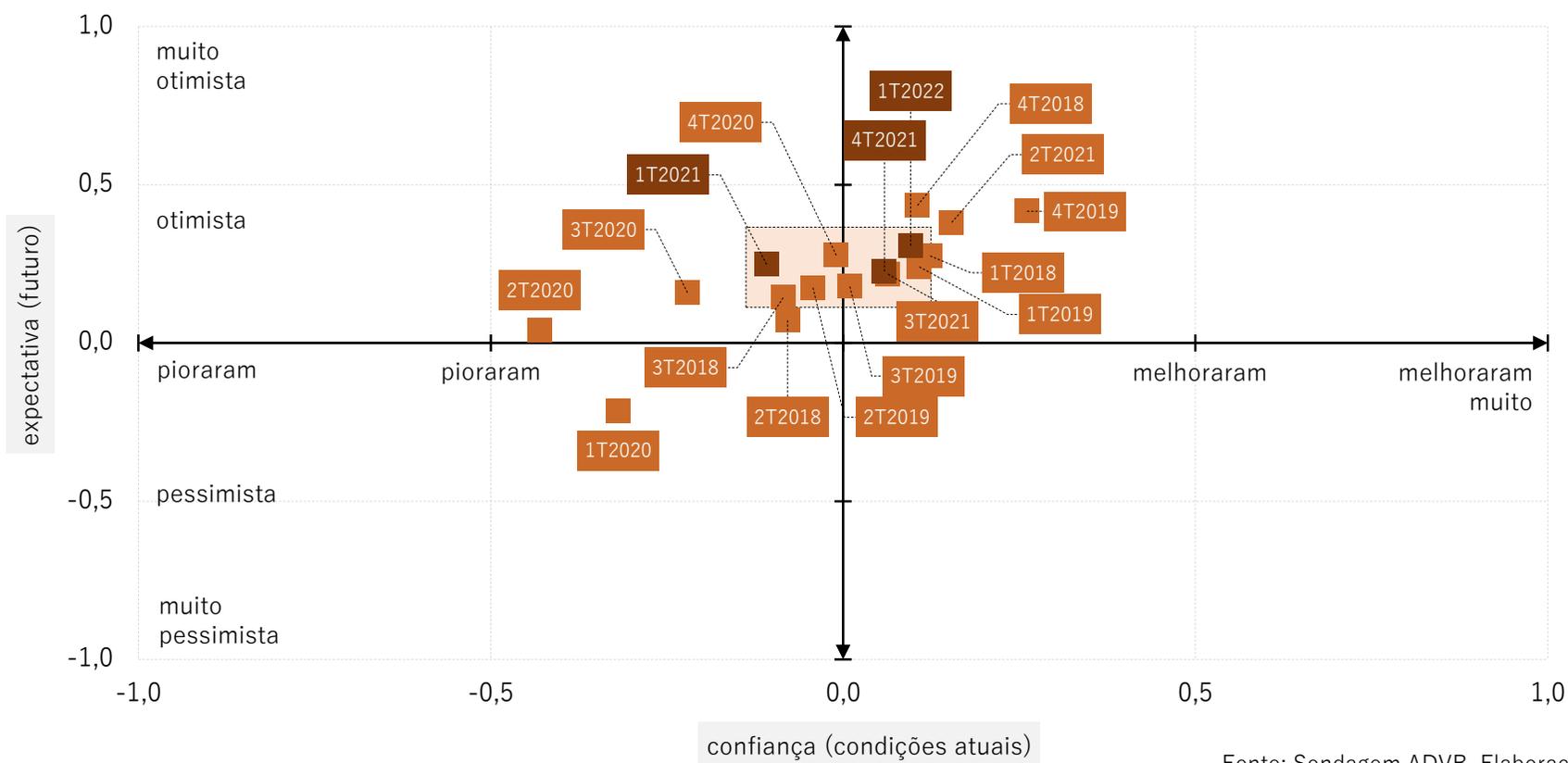
Na representação combinada das notas de confiança e de expectativa para a **economia brasileira**, é possível evidenciar a manutenção tanto do nível de confiança (**eixo horizontal**), com ligeira deterioração da percepção dos respondentes quanto da perspectiva ligeiramente positiva (otimista) para os próximos meses (**eixo vertical**).



Fonte: Sondagem ADVB. Elaboração: FIPE.

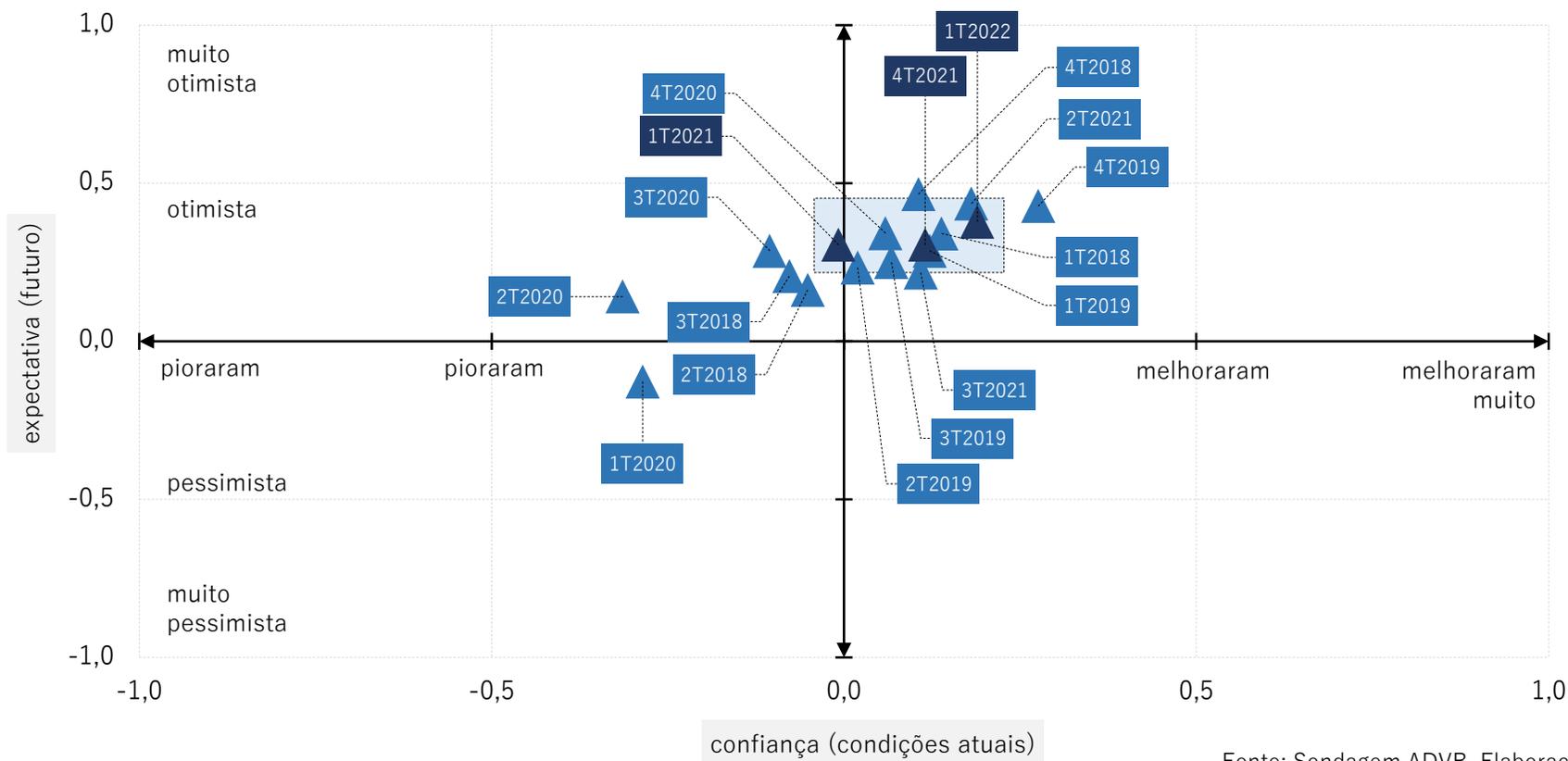
Confiança x Expectativa: Setor Econômico

Já na análise do **setor econômico** em que atuam as empresas dos respondentes, houve ligeiro avanço na confiança declarada pelos respondentes (**eixo horizontal**), bem como das expectativas (**eixo vertical**). Como resultado, ambas métricas se mantiveram no campo positivo (quadrante superior direito) no 1º trimestre de 2022.



Confiança x Expectativa: Empresa/ Negócios

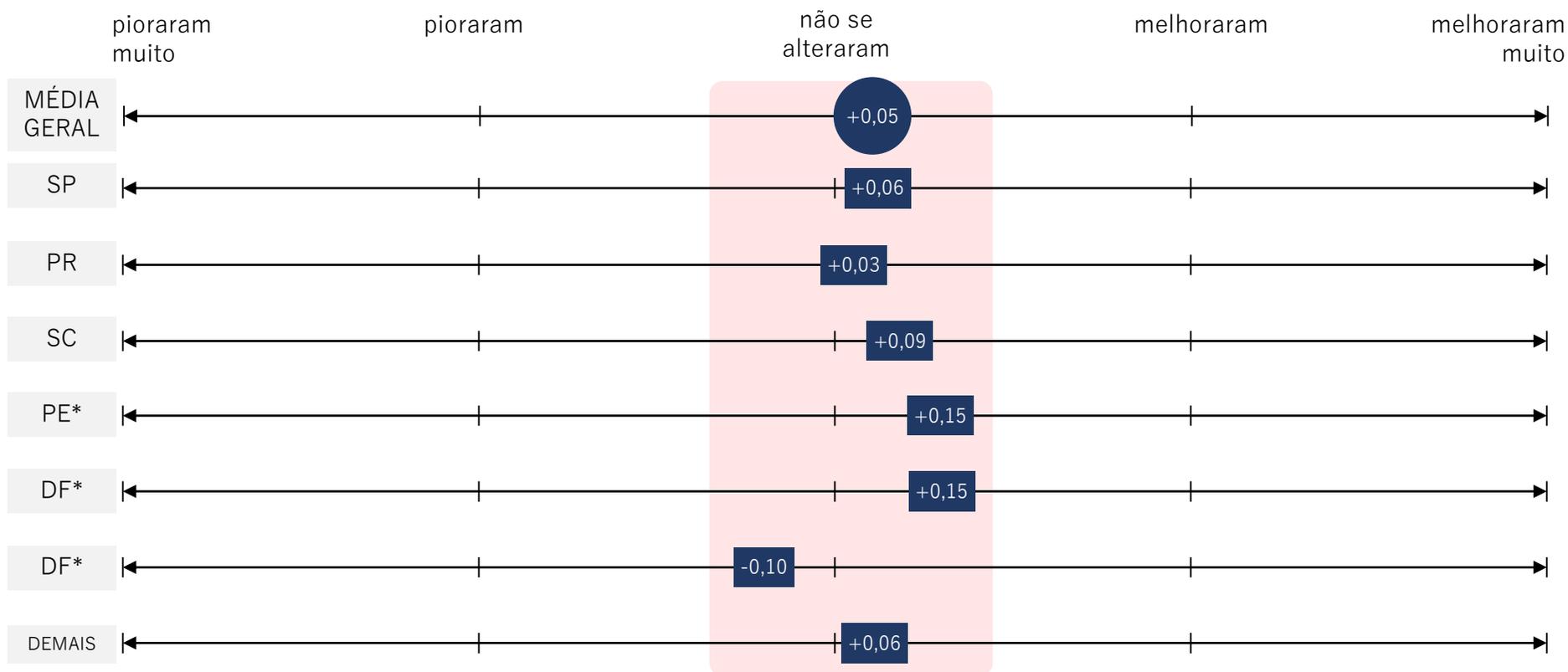
Finalmente, no âmbito da percepção atual (eixo horizontal) e expectativas (eixo vertical) para o **as empresas e os negócios** dos respondentes da sondagem, os resultados apurados no 1º trimestre de 2022 também evidenciaram avanços importantes, representados pela melhora na confiança e maior otimismo para os próximos meses.



Fonte: Sondagem ADVB. Elaboração: FIPE.

Confiança por UF (média 1º trimestre/2022)

Com base na média das dimensões, é possível compor um indicador da confiança* agregado para as principais UFs da sondagem. No 1º trimestre de 2022, os maiores avanços foram registrados em Pernambuco* (+0,15), Distrito Federal* (+0,15) e Santa Catarina (+0,09).



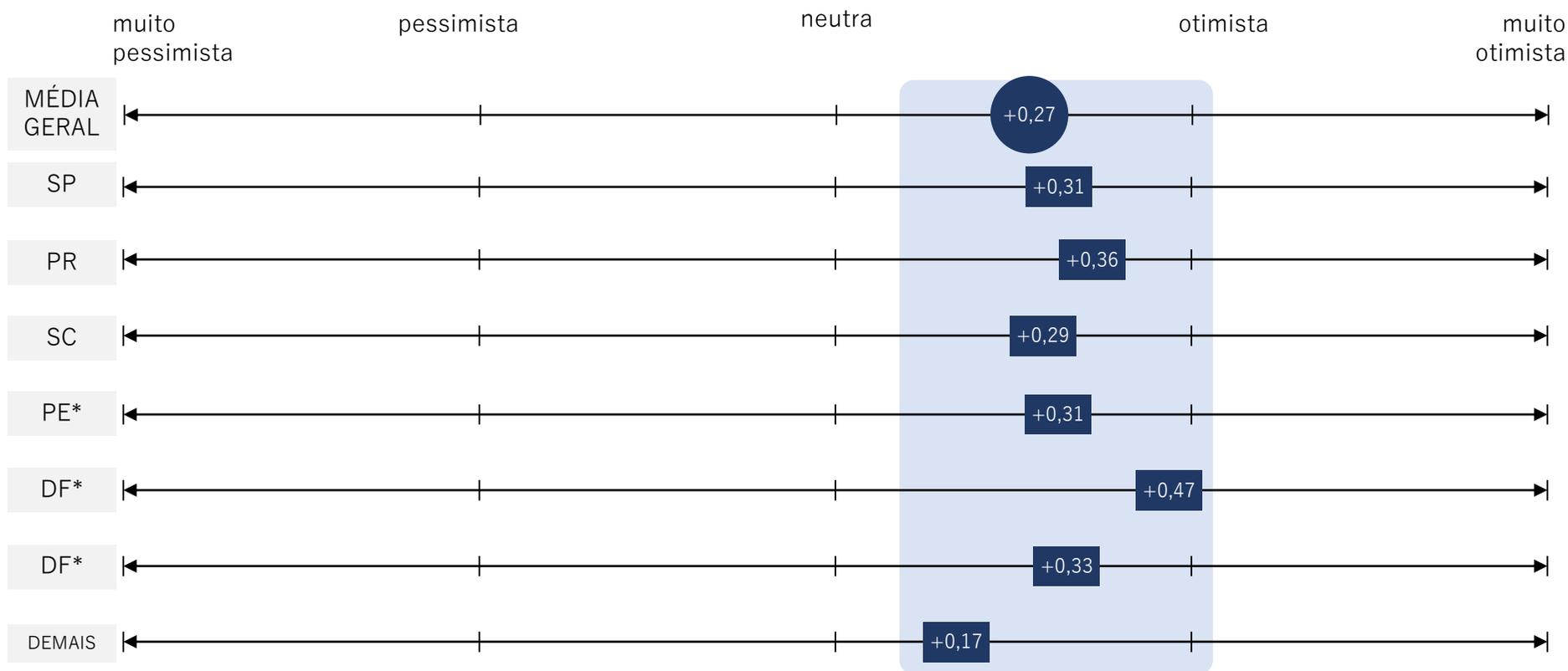
Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Nota (*): a pesquisa atribuiu um peso às opções de resposta (-1,0; -0,5; 0; +0,5 e +1,0) para a medição da confiança. O indicador apresentado representa a média das notas atribuídas pelos repondentes às 3 dimensões: economia brasileira, setor econômico e empresa/negócios.

(**) Dada a amostra limitada, os resultados para a UF devem ser interpretados com cautela.

Expectativa por UF (média 1º trimestre/2022)

Já no campos das expectativa, consolidou-se uma visão otimista em relação ao futuro em todos os recortes geográficos avaliados, com destaque para a perspectiva positiva assumida pelos respondentes com empresas sediadas no Distrito Federal* (+0,47).



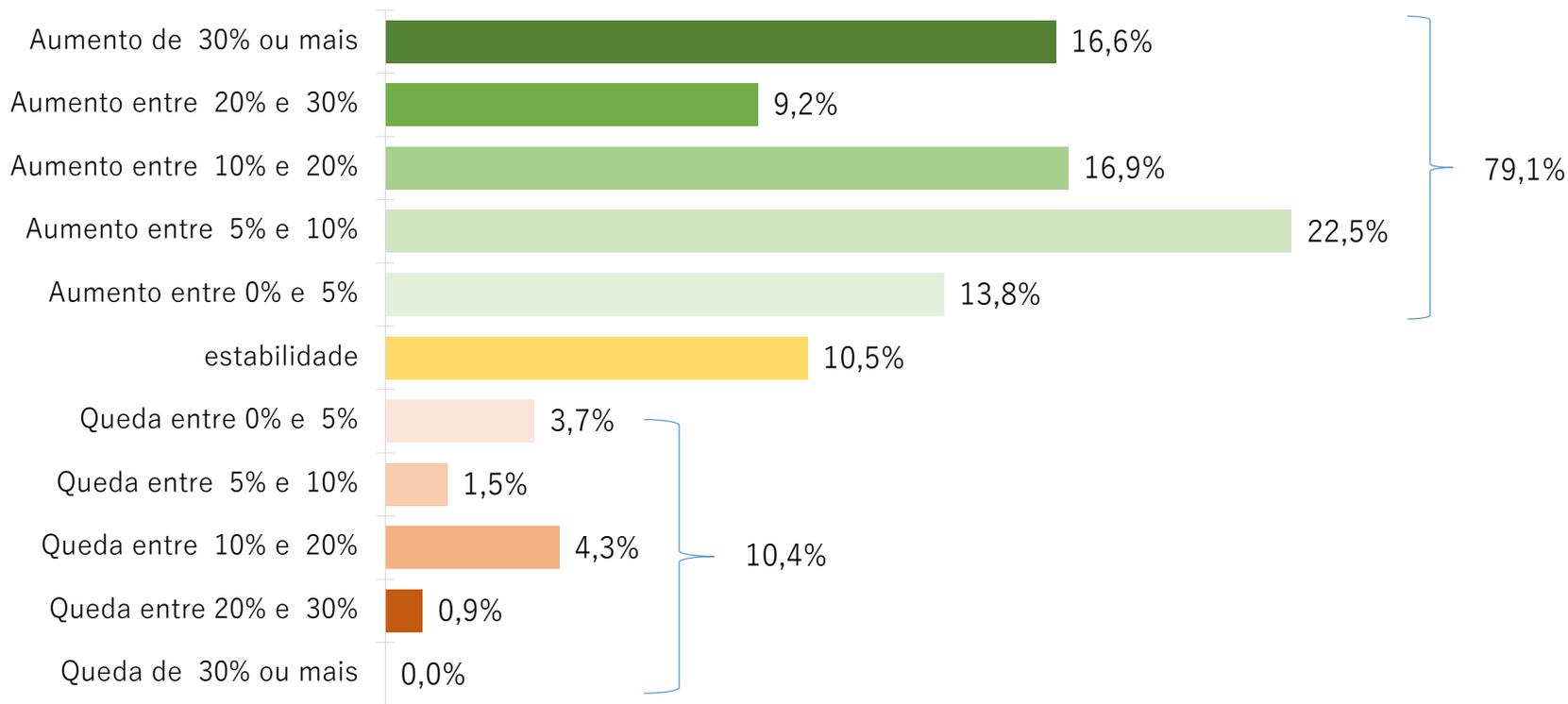
Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Nota (*): a pesquisa atribuiu um peso às opções de resposta (-1,0; -0,5; 0; +0,5 e +1,0) para a medição da expectativa. O indicador apresentado representa a média das notas atribuídas pelos respondentes às 3 dimensões: economia brasileira, setor econômico e empresa/negócios.

(**) Dada a amostra limitada, os resultados para a UF devem ser interpretados com cautela.

Expectativas: valor das vendas

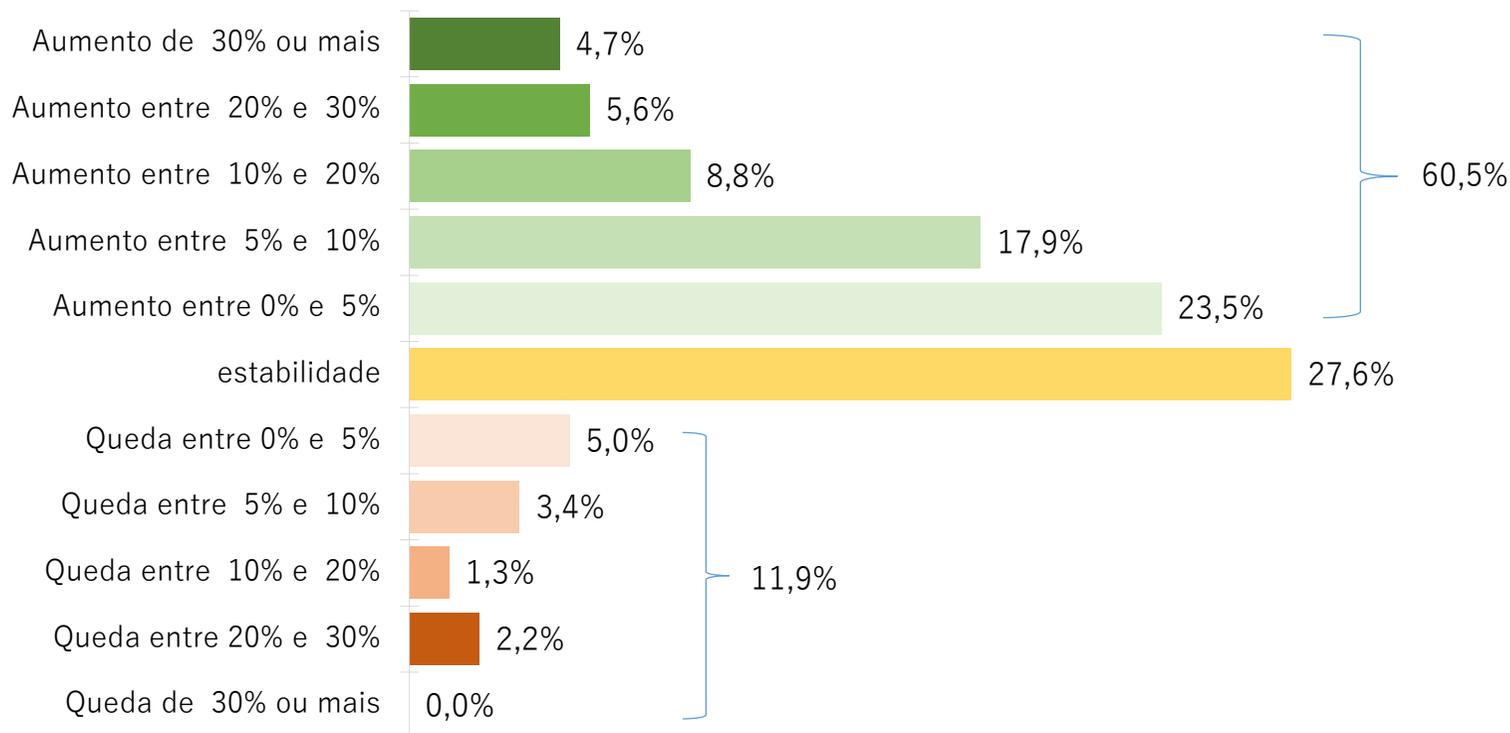
Com relação à evolução esperada do valor das vendas nos próximos 12 meses, os respondentes se distribuíram entre aqueles que se declararam **otimistas** (79,1%) e **pessimistas** (10,4%), enquanto os demais respondentes do trimestre (10,5%) apostaram na **estabilidade** do valor das receitas no decorrer do futuro próximo.



Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Expectativa: verba de *marketing*

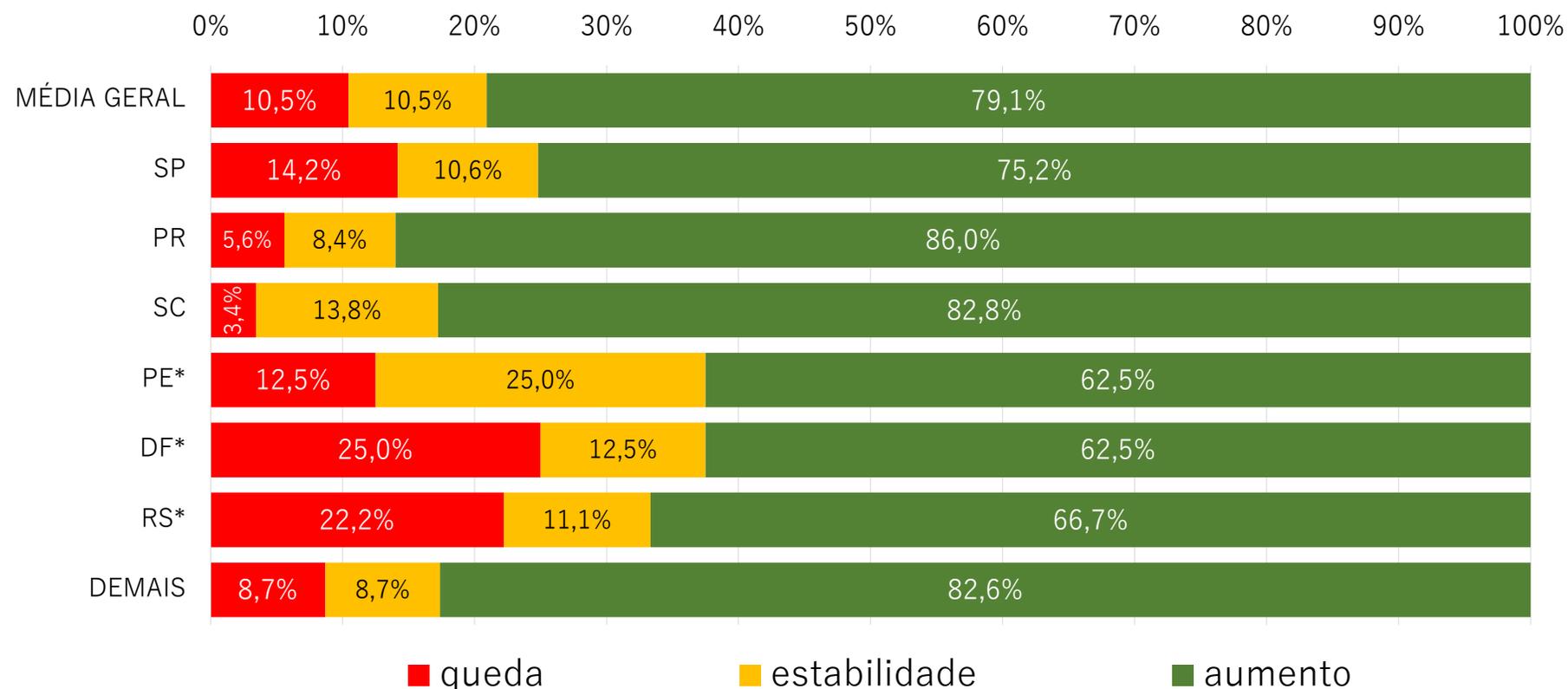
Tendo por referência o mesmo horizonte futuro (próximos 12 meses), a expectativa média com relação à evolução da verba de *marketing* disponível para ações e investimentos na área foi de **elevação**, para 60,5% dos respondentes; de **estabilidade**, para 27,6% dos respondentes; e de **queda**, para o restante da amostra (11,9%).



Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Expectativas: valor das vendas por UF

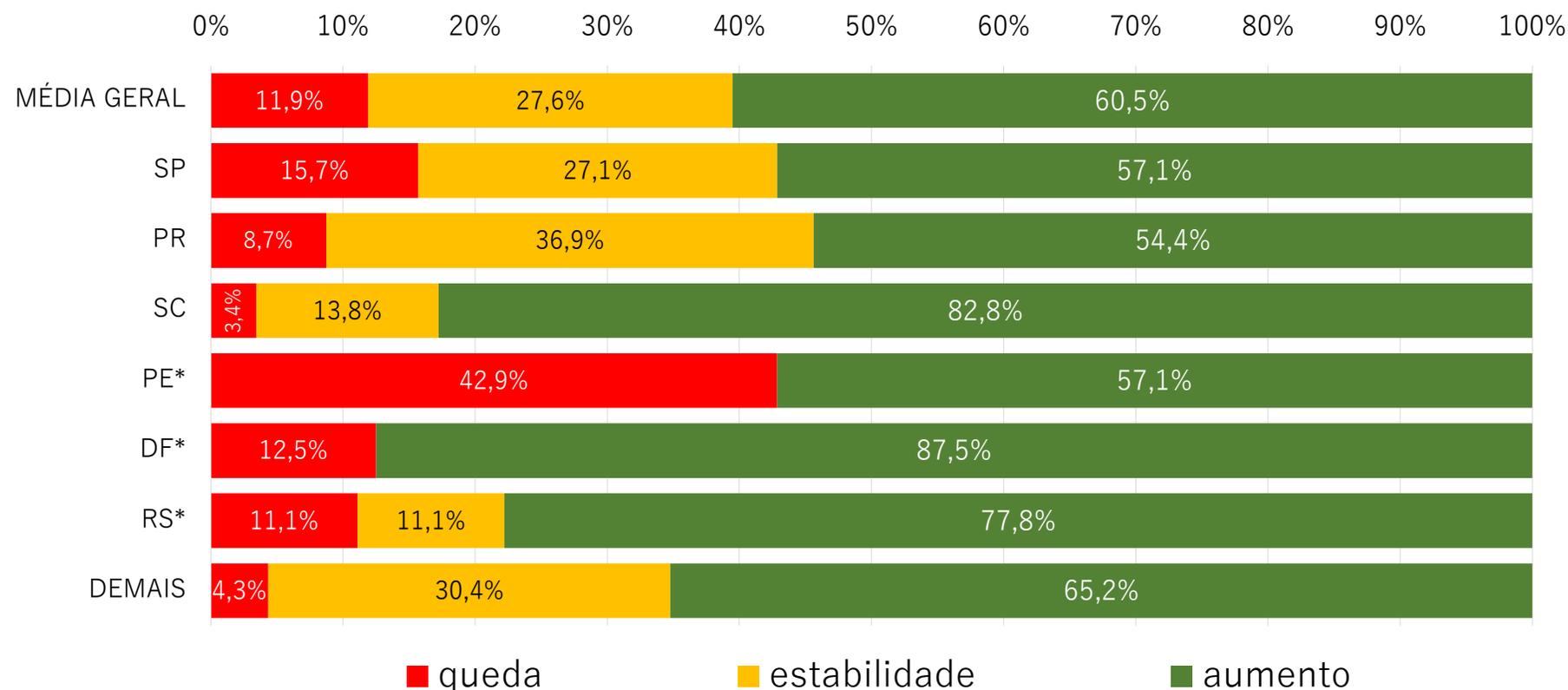
Na avaliação das expectativas por UF, prevaleceu uma perspectiva de aumento do valor das vendas em todos os recortes, destacando-se os resultados apurados pela sondagem em **Paraná** (86,0%) e **Santa Catarina** (82,6%).



Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE. Nota: (*) resultados devem ser interpretados com cautela, dada a amostra limitada para a UF.

Expectativas: verba de *marketing* por UF

Em relação à perspectiva de incremento na verba de *marketing*, o otimismo relatado pelos respondentes também foi majoritário em todas as UF selecionadas, destacando-se entre elas: Distrito Federal* (87,5%) e Santa Catarina (82,8%).



Fonte: Sondagem ADVB - 1º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE. Nota: (*) resultados devem ser interpretados com cautela, dada a amostra limitada para a UF.



Tel.: +55 11 3767 1764

www.fipe.org.br



Tel.: +55 11 3287-0000

www.advb.org