

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

RESULTADOS

2º TRIMESTRE DE 2022

Destaques do 2º trimestre de 2022

Dirigentes de vendas e *marketing* destacam melhora do cenário econômico para as empresas e otimismo renovado com os negócios, aponta sondagem da ADVB

A **Sondagem de Confiança e Expectativa dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil** é conduzida trimestralmente pela ADVB com apoio técnico da Fipe, tendo por objetivo acompanhar a opinião de ocupantes de cargos de vendas e *marketing* com respeito ao desempenho recente da economia brasileira, dos setores em que atuam e das empresas em que trabalham, bem como as expectativas em relação a essas dimensões para os próximos 12 meses. Adicionalmente, a sondagem inclui um levantamento das expectativas de dirigentes e ocupantes de cargos das áreas supracitadas quanto à evolução do faturamento e da verba disponível para as ações de *marketing* nos próximos períodos.

- **Amostra da sondagem:** foram convidados a participar indivíduos com posições de liderança nas áreas de vendas e *marketing*, além de ocupantes de outros cargos de destaque em empresas e instituições. Com referência o 2º trimestre de 2022, a 18ª rodada contou com 504 respondentes entre 04 de julho e 05 de agosto de 2022.
- **Perfil dos respondentes e empresas:** em termos de perfil sociodemográfico, 79,8% dos respondentes se autodeclararam do gênero masculino e 77,2% apresentavam 45 anos ou mais. Geograficamente, predominavam na amostra respondentes de empresas sediadas em: São Paulo (43,2%), Paraná (27,2%), Santa Catarina (14,5%), Minas Gerais (4,1%), Pernambuco (2,9%) Rio Grande do Sul (2,9%), Rio de Janeiro (2,0%), Bahia (0,6%), entre outras unidades da federação. Em relação à posição, a maior parte dos respondentes da amostra ocupava cargos de destaque como: presidência; direção e direção geral de vendas, gerência comercial, superintendência de *marketing*, superintendência comercial, direção administrativa e financeira; gerência de *marketing* e vendas; entre outras posições de comando nas respectivas empresas e instituições. No tocante ao enquadramento das atividades econômicas, as empresas dos respondentes se distribuíam entre atividades relacionadas a comércio e serviços (83,5%), indústria (12,8%) e agronegócio (3,8%). Finalmente, no quesito porte, a maior parcela dos respondentes (53,7%) integrava empresas de médio porte (entre 10 e 99 funcionários); 33,6% faziam parte de empresas de pequeno porte (com até 9 funcionários); e 10,7% compunham empresas de grande porte (com 100 ou mais funcionários).
- **Confiança e expectativa:** com base na comparação entre os resultados apurados para o 2º trimestre de 2022 e aqueles registrados nos trimestres anteriores da sondagem, é possível evidenciar que não houve alterações significativas na percepção e na expectativa dos respondentes com relação ao desempenho de suas empresas/negócios, dos setores de atuação ou mesmo da economia brasileira. A despeito dessa consideração, vale ressaltar a consolidação de uma percepção positiva consistentemente compartilhada entre os respondentes com relação ao desempenho recente das empresa e dos negócios, bem como o sentimento predominante de otimismo relacionado às perspectivas para os próximos 12 meses. Esse quadro benigno foi estendido pelos respondentes ao setor de atuação das suas empresas, ainda que de forma menos enfática. Por outro lado, essa avaliação contrasta com a visão dos respondentes para a economia brasileira, dimensão em que prevaleceu no último trimestre uma certa ambiguidade em face do desempenho recente, acompanhada de expectativas menos otimistas para o desempenho no horizonte dos próximos quatro trimestres.
- **Expectativa dos dirigentes em relação às vendas e verba de *marketing*:** parte majoritária dos respondentes da 18ª sondagem projetavam crescimento tanto no valor das vendas quanto na verba disponível para ações de *marketing* no horizonte dos próximos 12 meses. Especificamente, com relação ao desempenho esperado do faturamento, os respondentes se distribuíam entre aqueles que se declararam otimistas (82,1%) e pessimistas (9,5%), além de uma parcela restante dos respondentes (8,4%) que apostava na manutenção dos patamares atuais. Já com relação à verba de *marketing*, adotando como referência o mesmo horizonte, a expectativa média apurada entre os respondentes do 2º trimestre de 2022 foi um pouco menos otimista: expectativa de aumento para 60,7%; de estabilidade, para 26,3%; e de queda, para os 13,0% restantes.

Sumário

- Objetivos da Sondagem
- Metodologia da Sondagem
- Resultados para o 2º 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 **2º trimestre de 2022**, permaneceu ativa entre **04/07/2022** e **05/08/2022**, coletando um **total de 504 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

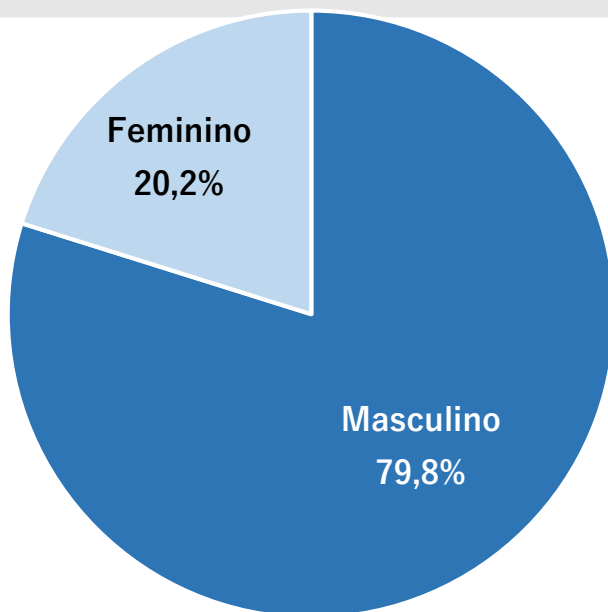
18. ...ao desempenho da sua **empresa e dos seus negócios**:

Muito pessimista Pessimista Neutro Otimista Muito otimista

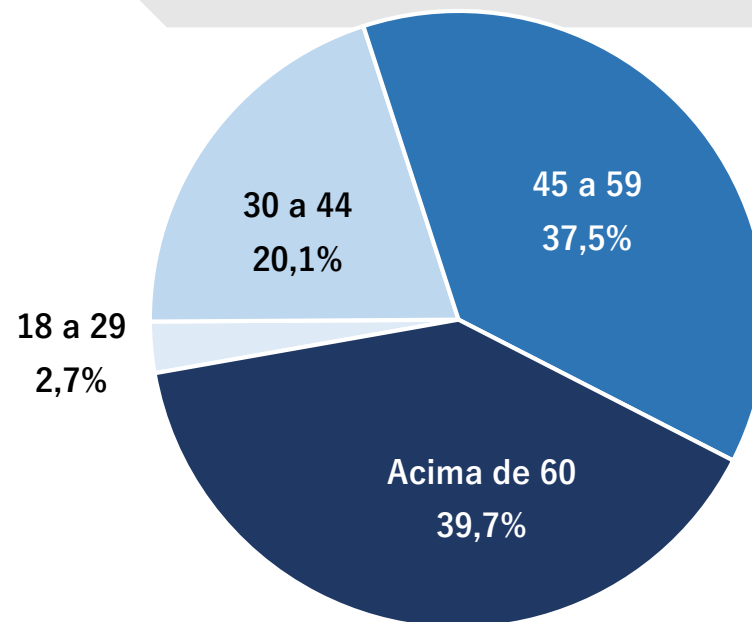
Perfil sociodemográfico

De acordo com informações coletadas na avaliação no 2º trimestre de 2022:

79,8% dos respondentes eram do **gênero masculino**



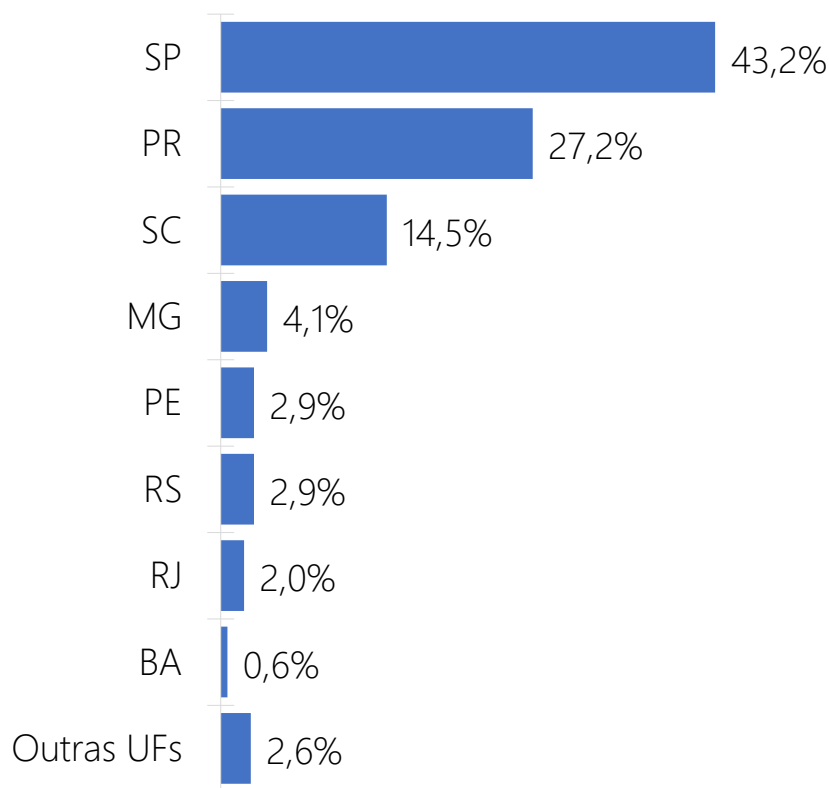
77,2% dos respondentes possuíam **45 anos ou mais**



Fonte: Sondagem ADVB - 2º 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 Sudeste e Sul** do país:



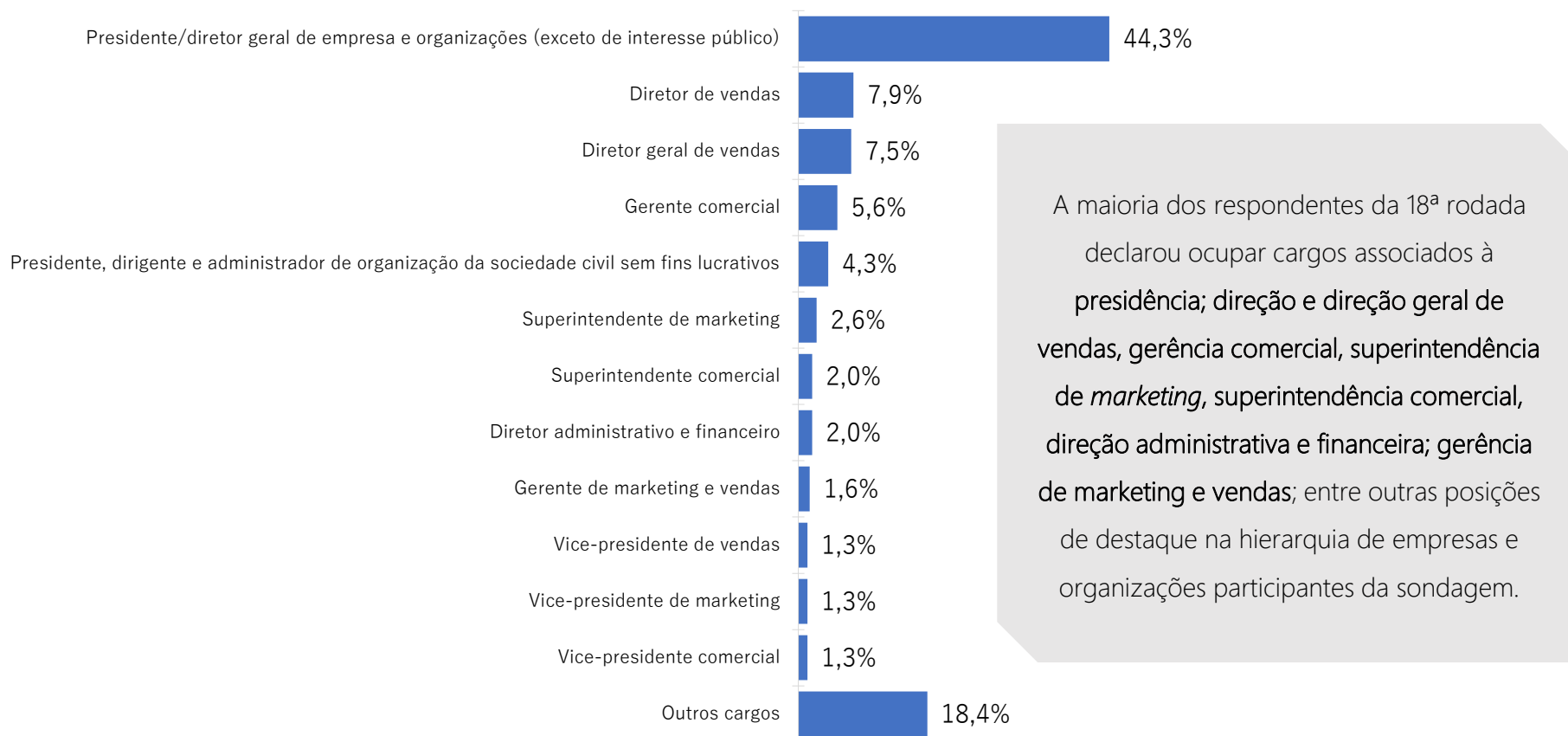
Na 18ª rodada da sondagem, 43,2% dos respondentes trabalhavam em empresas sediadas em São Paulo.

Em seguida, destacaram-se respondentes que trabalhavam em empresas do Paraná (27,2%), Santa Catarina (14,5%), Minas Gerais (4,1%), Pernambuco (2,9%) Rio Grande do Sul (2,9%), Rio de Janeiro (2,0%), Bahia (0,6%), entre outras UFs.

Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Perfil profissional

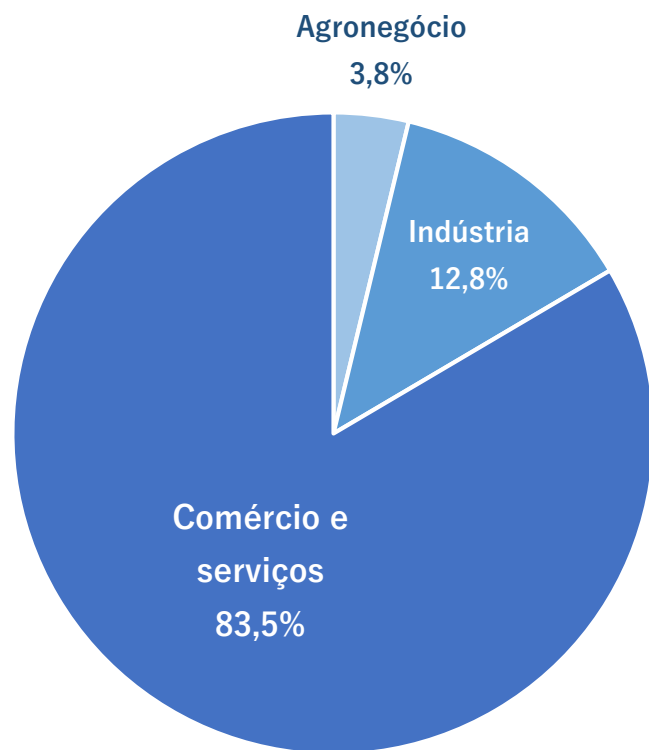
Quanto aos **cargos ocupados** pelos respondentes em suas empresas e organizações:



Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Perfil setorial e empresarial

Em relação à alocação setorial das empresas dos respondentes:



Ainda de acordo com dados da 18ª rodada, 83,5% dos respondentes ocupavam cargos em empresas com atividades no setor de comércio e serviços, 12,8% estavam ocupados em empresas atuantes em ramos e atividades de perfil industrial, enquanto 3,8% integravam empresas cujas atividades foram classificadas como parte do agronegócio nacional.

Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Perfil setorial e empresarial

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

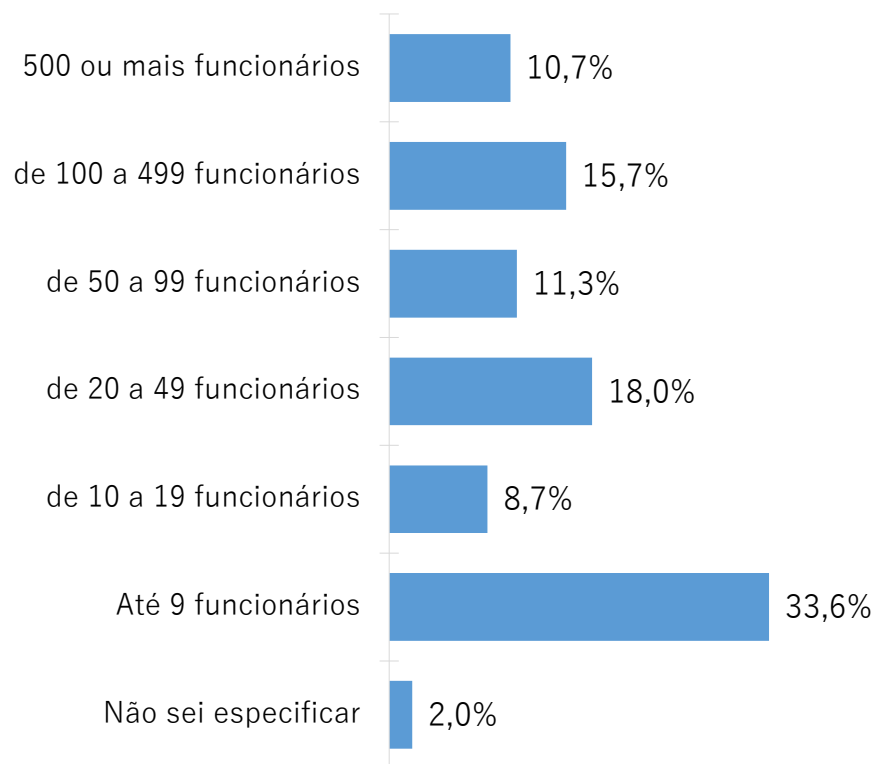


Os principais segmentos de atuação das empresas dos respondentes na última rodada da sondagem incluíam: **publicidade e pesquisa de mercado (9,7%)**; **comércio varejista (8,0%)**, **educação (5,7%)**; **consultoria em gestão empresarial (4,8%)**; **serviços de tecnologia da informação (4,0%)**; **serviços de escritório, apoio administrativo e outros serviços prestados para empresas (4,0%)**; **atividades imobiliárias (3,4%)**; **comércio atacadista (2,8%)**; **seguros (2,8%)**; entre outros segmentos da economia brasileira.

Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Tamanho da empresa

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

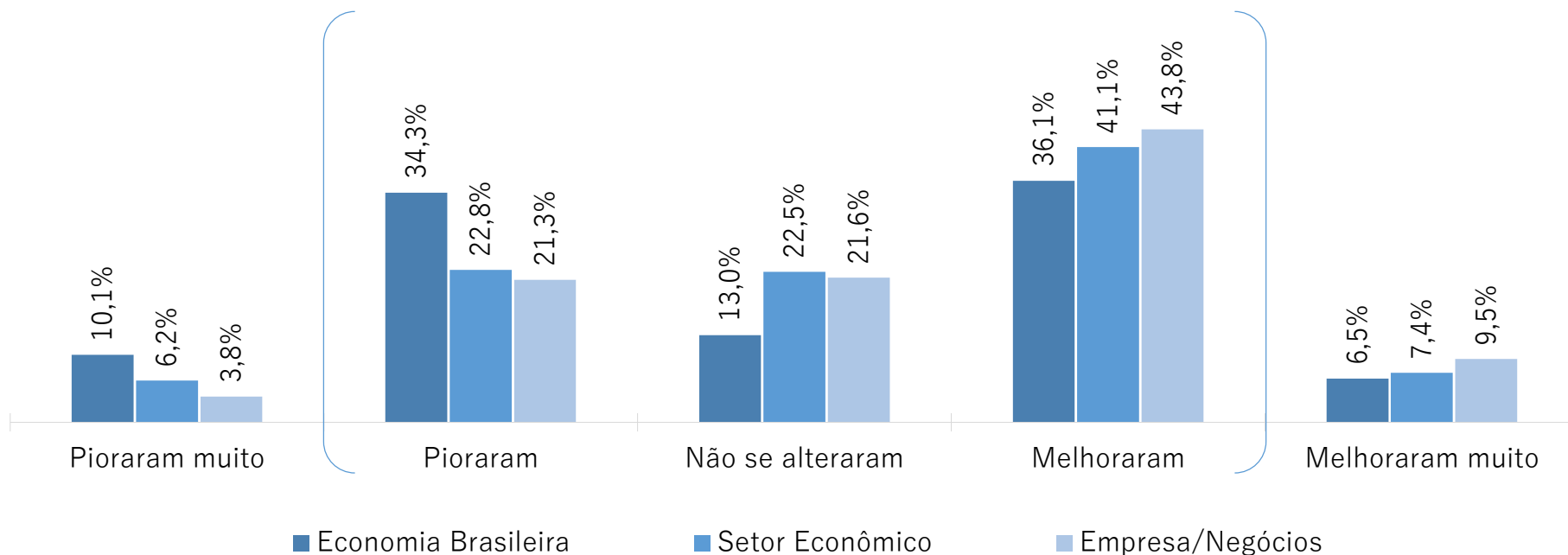


Em termos de tamanho, os respondentes da última rodada da sondagem se distribuíram entre empresas de **pequeno porte, com até 9 funcionários (33,6%)**; empresas de **médio porte, que contavam com um quadro de 10 a 99 funcionários (53,7%)**; e empresas de **grande porte, que empregavam 100 ou mais funcionários (10,7%)**. Além disso, 2,0% dos respondentes do último trimestre não souberam opinar sobre o porte de suas empresas.

Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Confiança

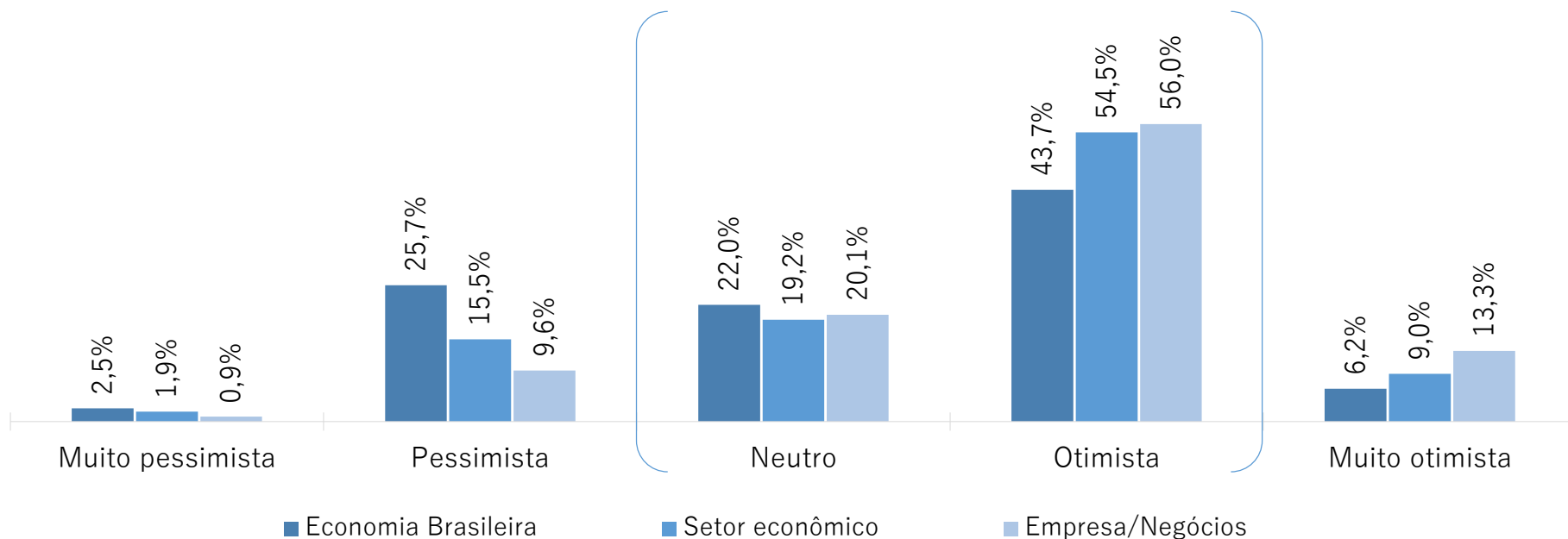
Em termos de confiança, as **condições da economia brasileira** pioraram ou pioraram muito para 44,4% dos respondentes, não se alteraram para 13,0% e melhoraram/melhoraram muito para 42,6%. Em relação ao **setor de atuação da empresa**, as condições pioraram/pioraram muito para 29,0% dos respondentes, permaneceram inalteradas para 22,5% e melhoraram/melhoraram muito para 48,5%. Finalmente, as **condições vivenciadas pelas empresas e o andamento dos negócios** dos respondentes pioraram ou pioraram muito para 25,1% dos respondentes, não se alteraram para 21,6% e melhoraram/melhoraram muito para 53,3%.



Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Expectativa

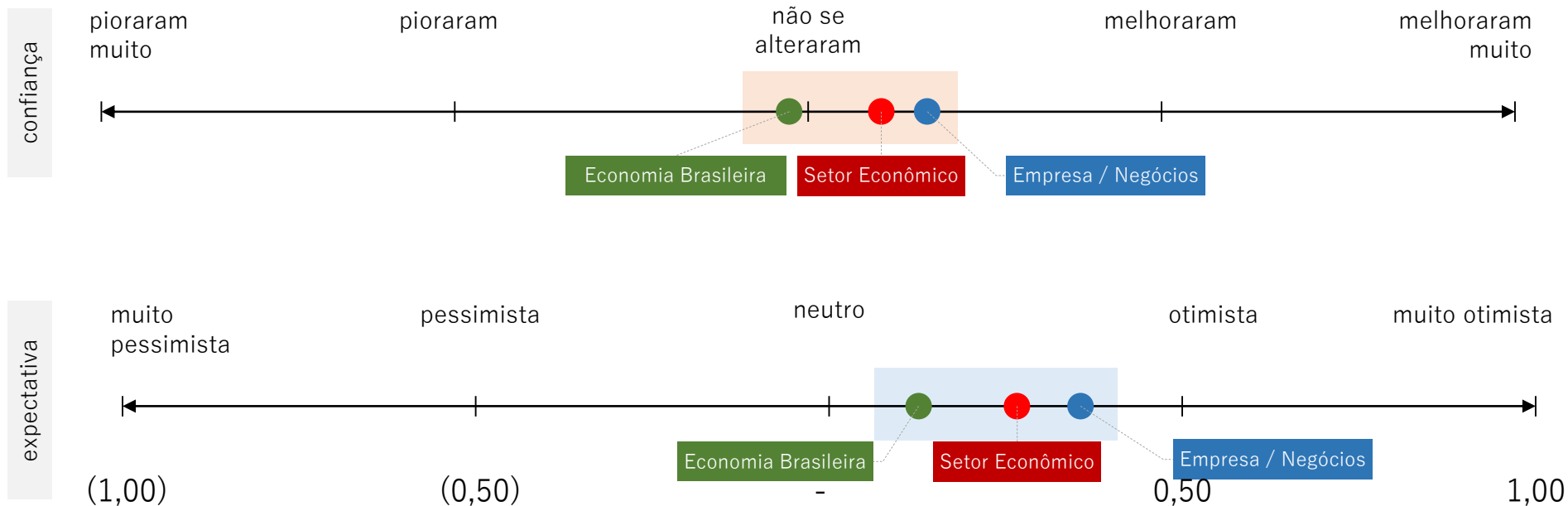
No tocante às expectativas dos agentes para o futuro próximo, os respondentes da última pesquisa se distribuíram da seguinte forma: com relação à **economia brasileira**, 28,2% estavam pessimistas ou muito pessimistas; 22,0% se mostraram **neutros** e 49,8% estavam **otimistas** ou **muito otimistas**. Com respeito ao **setor de atuação**, 17,3% se mostraram pessimistas ou muito pessimistas; 19,2% apontaram neutralidade e 63,5% estavam otimistas ou muito otimistas. Finalmente, no tocante à **empresa em que atuam**, a expectativa era pessimista/muito pessimista para 10,5% dos respondentes; neutra para 20,1% e otimista/muito otimista para 69,3%.



Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Confiança x Expectativa (2º trimestre/2022)

Os resultados do 2º trimestre de 2022 indicaram resultados mistos para a confiança, graças, por um lado, à discreta deterioração das condições da **economia brasileira**, em paralelo à ligeir melhora das condições vivenciadas pelo **setor de atuação** e **empresas** dos respondentes. Comparativamente, no campo das expectativas, prevaleceu um quadro marcadamente otimista, destacando-se a perspectiva dos respondentes com respeito aos negócios das **empresas** e **setor de atuação** ao longo dos próximos meses.

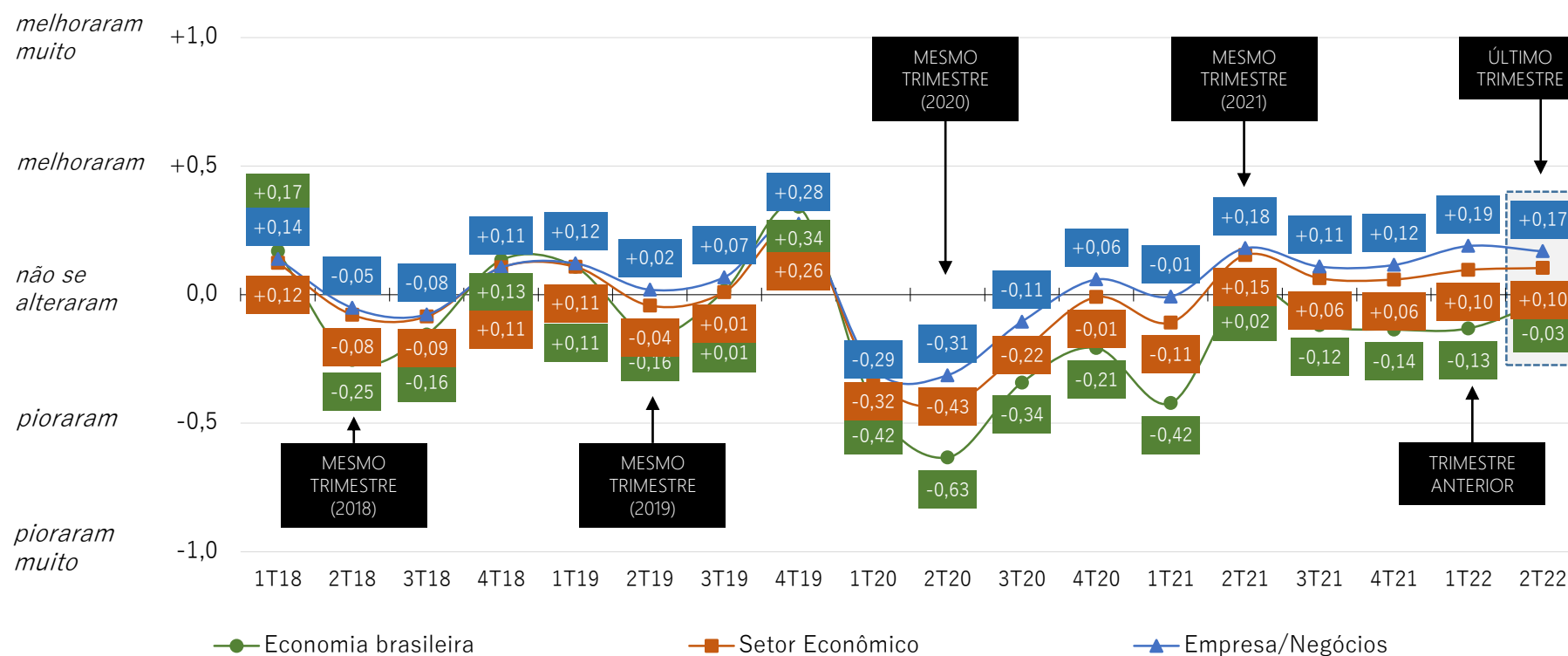


Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

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 não se modificaram significativamente em relação ao observado no trimestre anterior, destacando-se apenas uma ligeira melhora da percepção relacionada à **economia brasileira**. Em relação ao mesmo trimestre de 2021, todavia, os resultados apurados na última rodada indicaram declínio marginal da confiança em todas as dimensões.

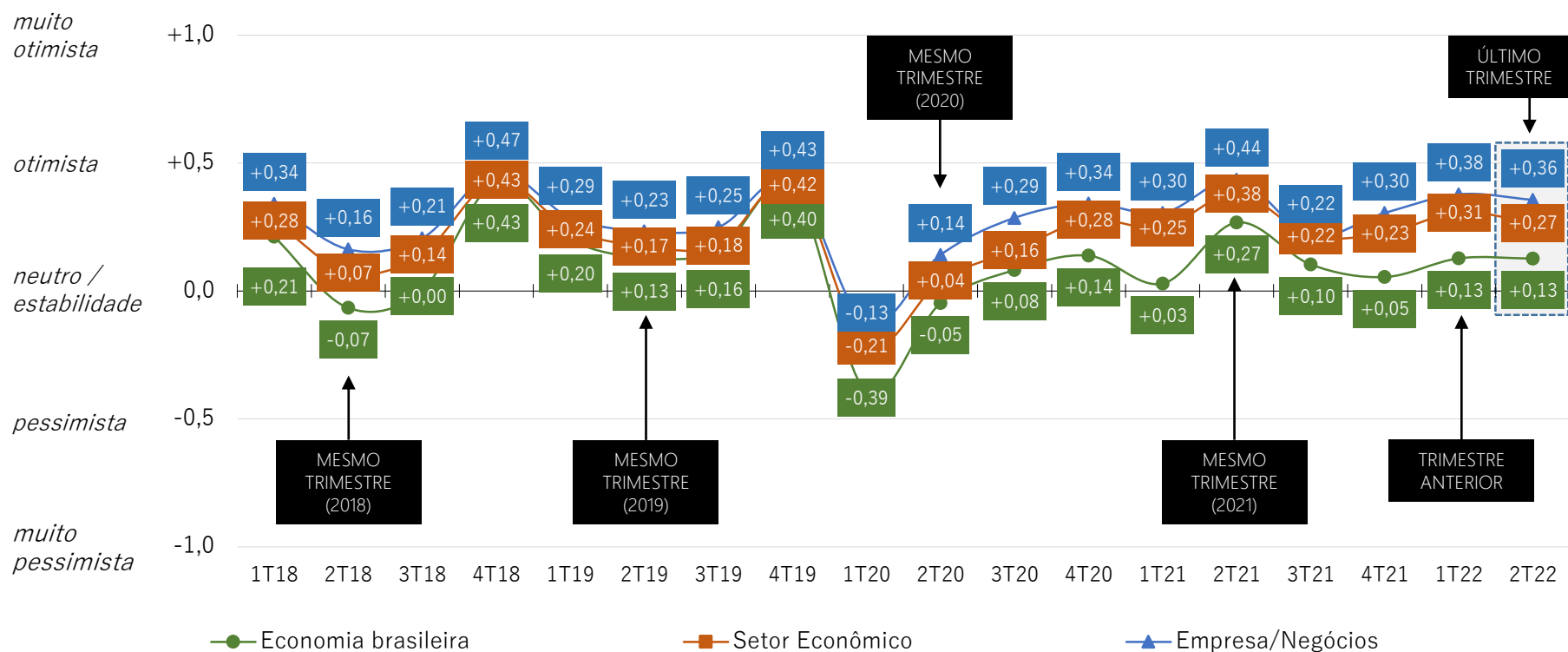


Fonte: Sondagem ADVB. Elaboração: FIPE.

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*, os resultados do 2º trimestre de 2020 destacaram a manutenção do otimismo dos respondentes em todas as dimensões analisadas, sobretudo em relação às perspectivas para os **negócios** das empresas e respectivos **setores de atuação**. Todavia, é possível notar um discreto declínio do otimismo em relação ao trimestre anterior, e uma queda mais significativa em relação ao mesmo período de 2021.

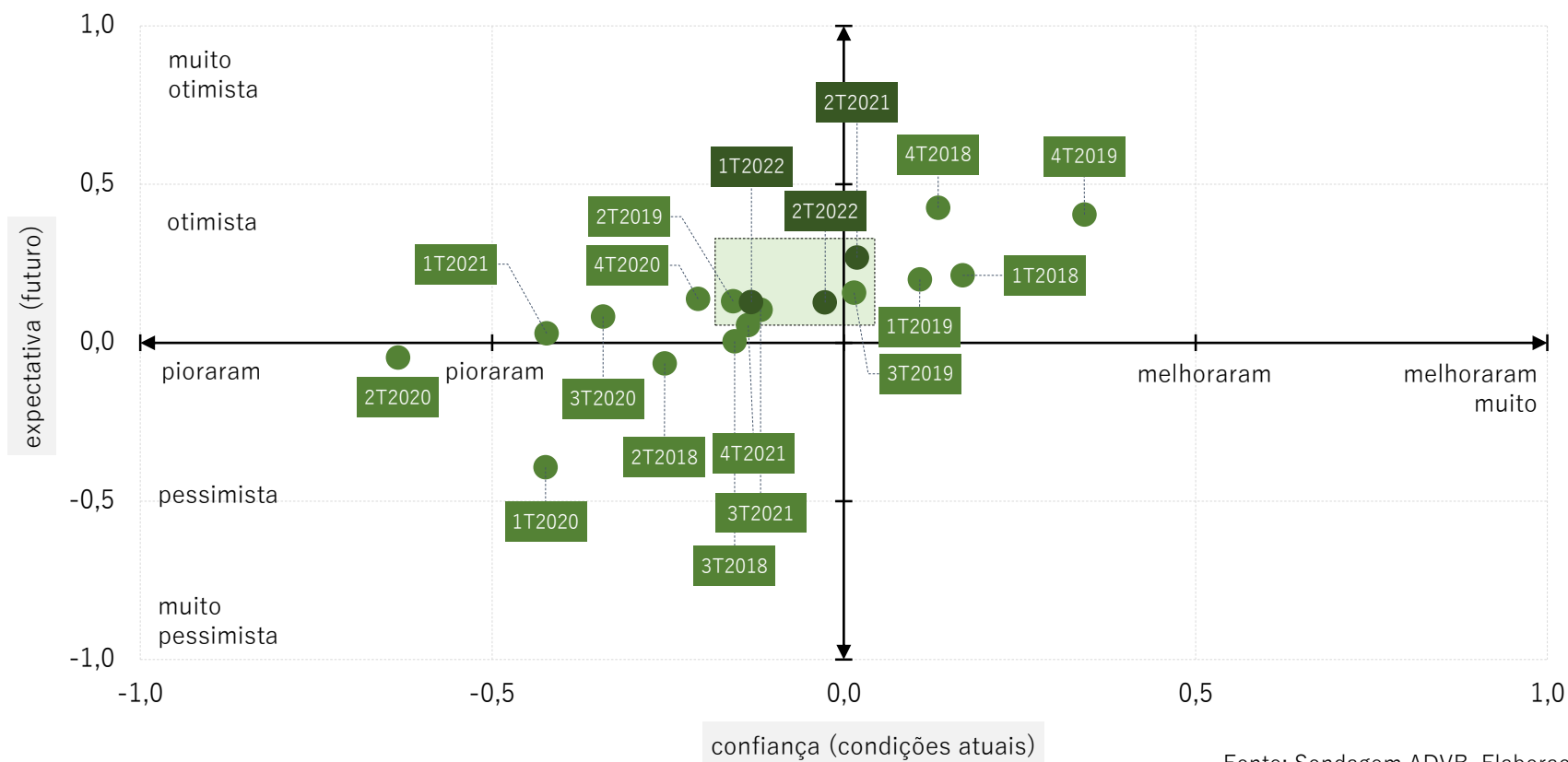


Fonte: Sondagem ADVB. Elaboração: FIPE.

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

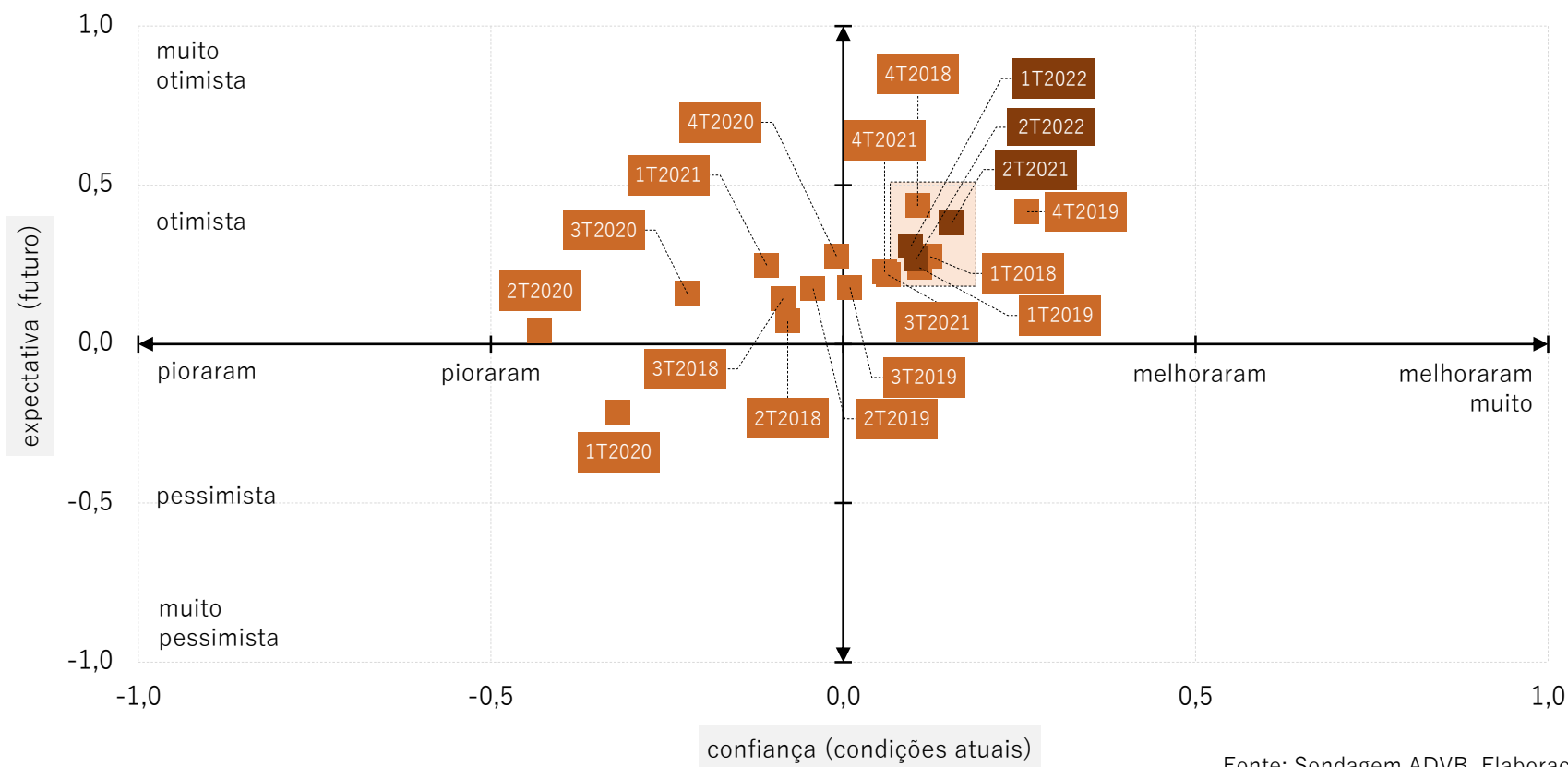
Na representação combinada das notas de confiança e de expectativa para a **economia brasileira**, é possível evidenciar uma posição praticamente neutra (central) dos respondentes to último trimestre (2T2022), tanto em relação à evolução recente/confiança (**eixo horizontal**), quanto no tocante às expectativas futuras (**eixo vertical**).



Fonte: Sondagem ADVB. Elaboração: FIPE.

Confiança x Expectativa: Setor Econômico

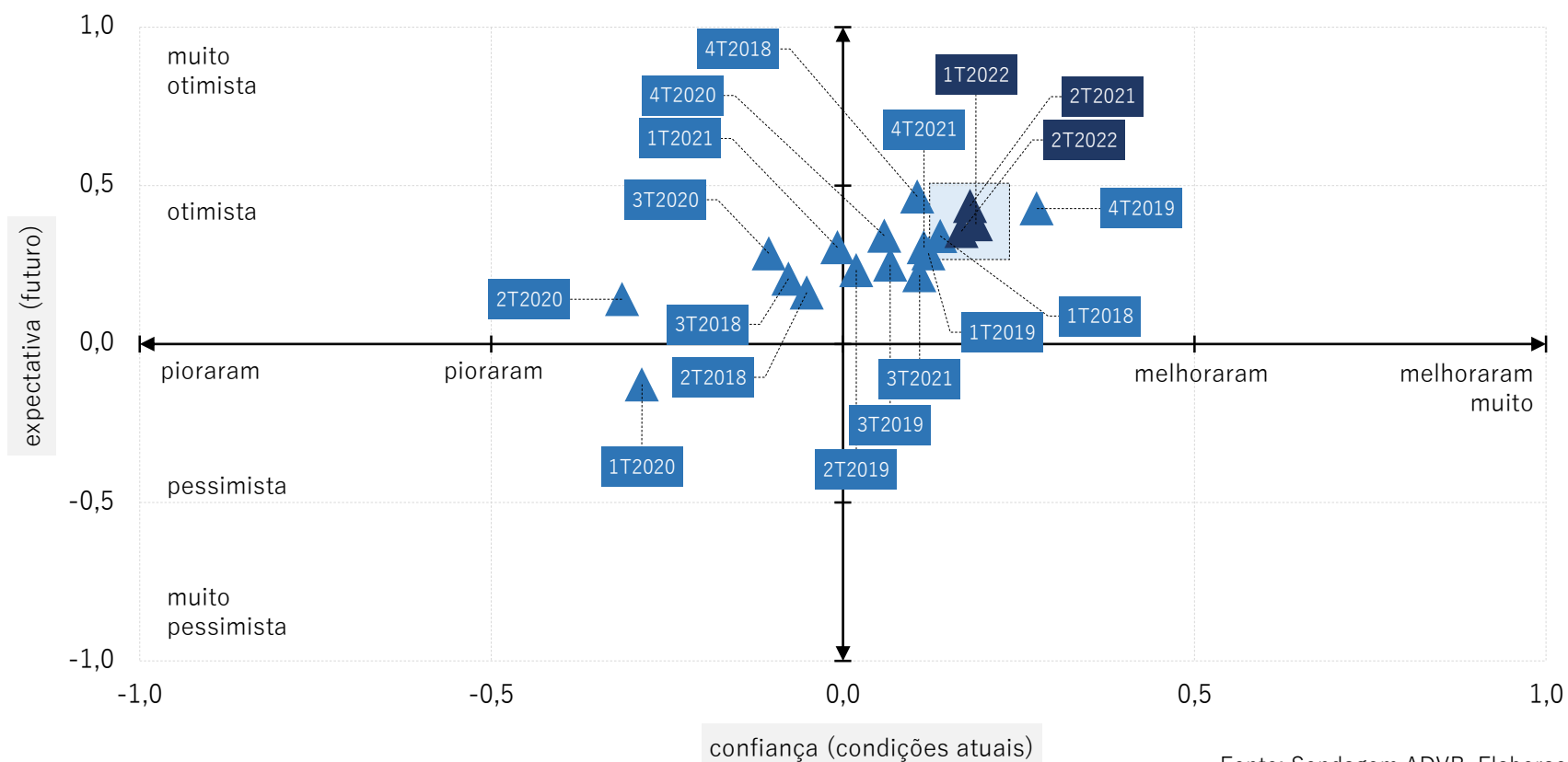
Já na análise do **setor econômico** em que atuam as empresas dos respondentes, também se observou no último trimestre (2T2022) uma manutenção das condições positivas anteriores, marcadas por um avanço no campo da confiança (**eixo horizontal**), e pelo otimismo em relação à evolução das atividade econômicas (**eixo vertical**).



Fonte: Sondagem ADVB. Elaboração: FIPE.

Confiança x Expectativa: Empresa/ Negócios

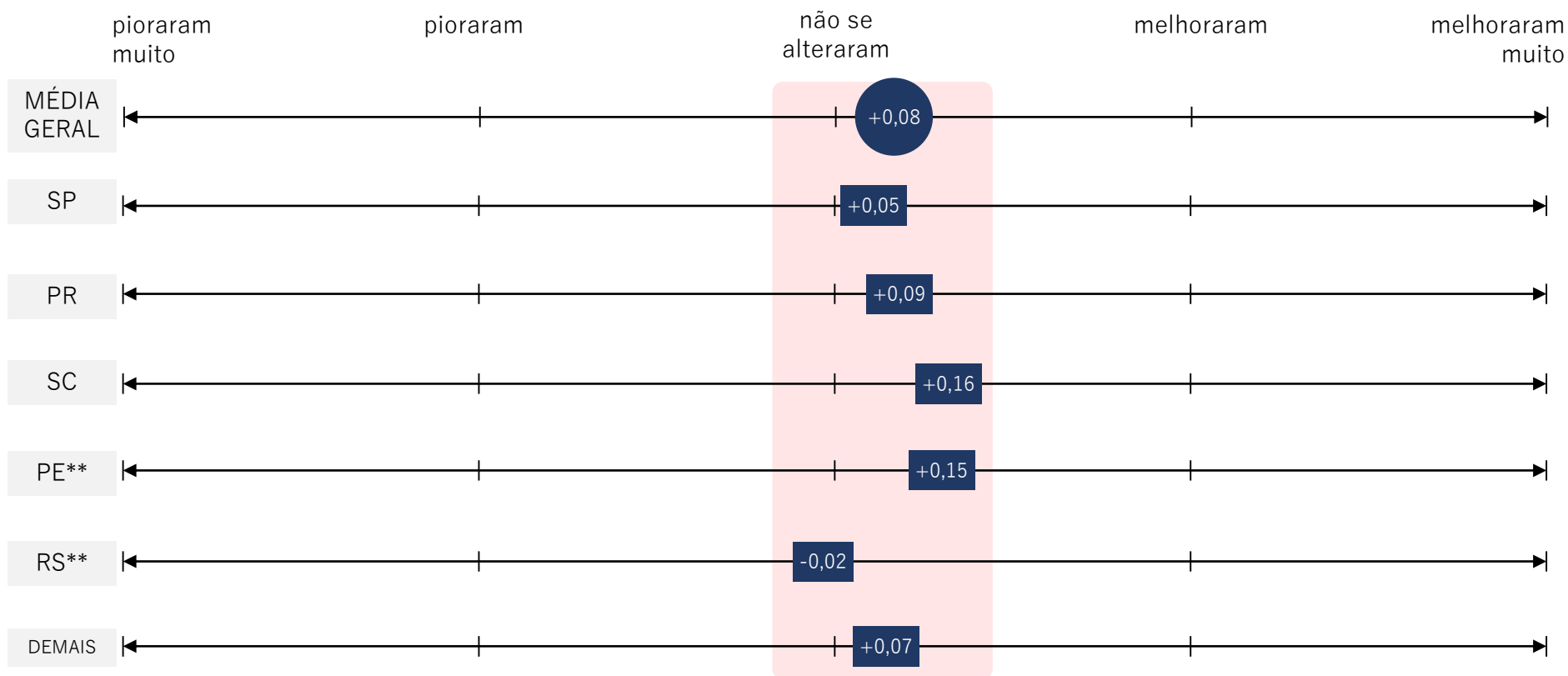
Finalmente, no âmbito da percepção atual (eixo horizontal) e expectativas (eixo vertical) para o **as empresas e os negócios** dos respondentes, os resultados apurados no 2º trimestre também se consolidaram em território positivo (quadrante superior direito), combinado progresso nas condições observadas e otimismo em relação ao futuro.



Fonte: Sondagem ADVB. Elaboração: FIPE.

Confiança por UF (média 2º trimestre/2022)

Com base na média das notas atribuídas no 2º trimestre de 2022, é possível compor indicadores da confiança* agregados para as UFs selecionadas, entre os quais se destacaram positivamente os avanços registrados em **Santa Catarina (+0,16)** e **Pernambuco* (+0,15)**.



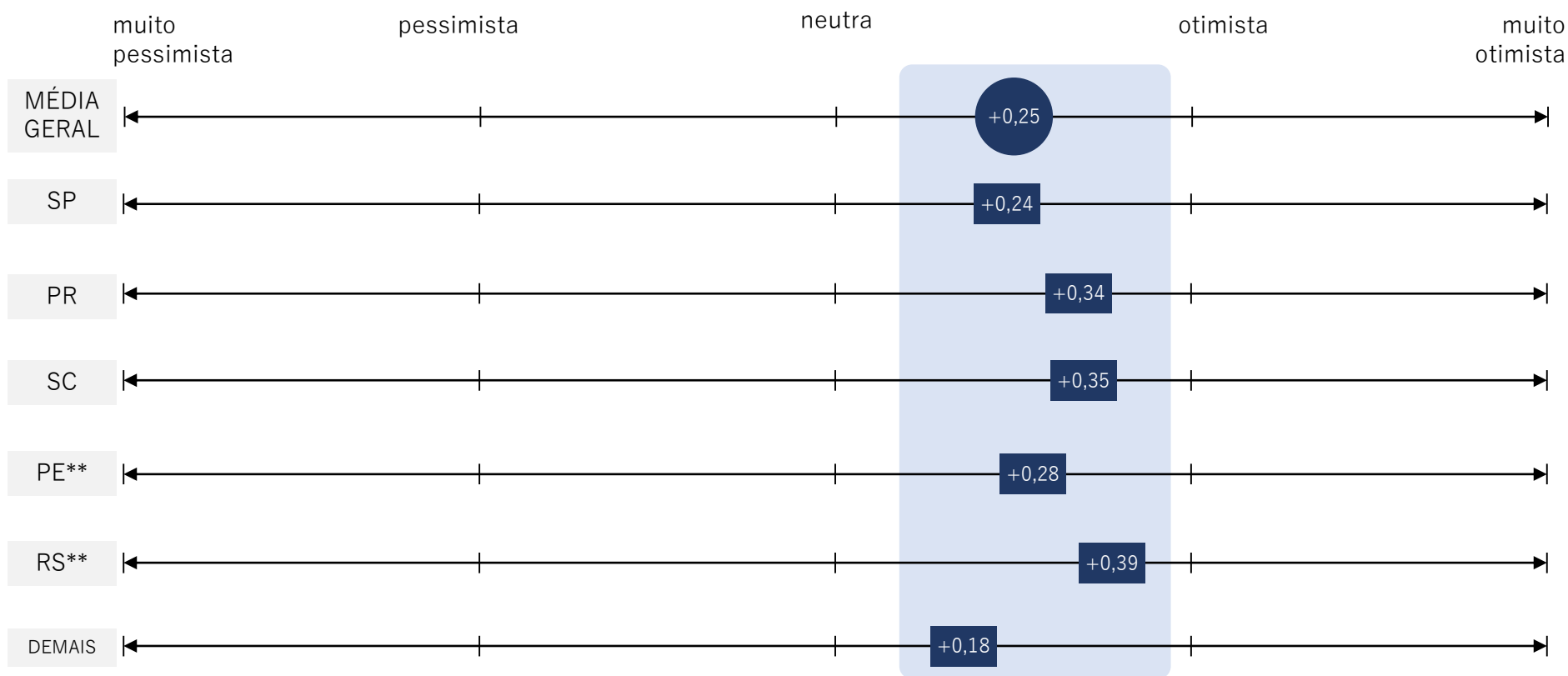
Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

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 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.

Expectativa por UF (média 2º trimestre/2022)

No campos das expectativas, por sua vez, consolidou-se uma visão predominantemente otimista em todos os recortes geográficos avaliados, com destaque para a perspectiva média* indicada pelos respondentes de empresas sediadas na **Região Sul** do país:



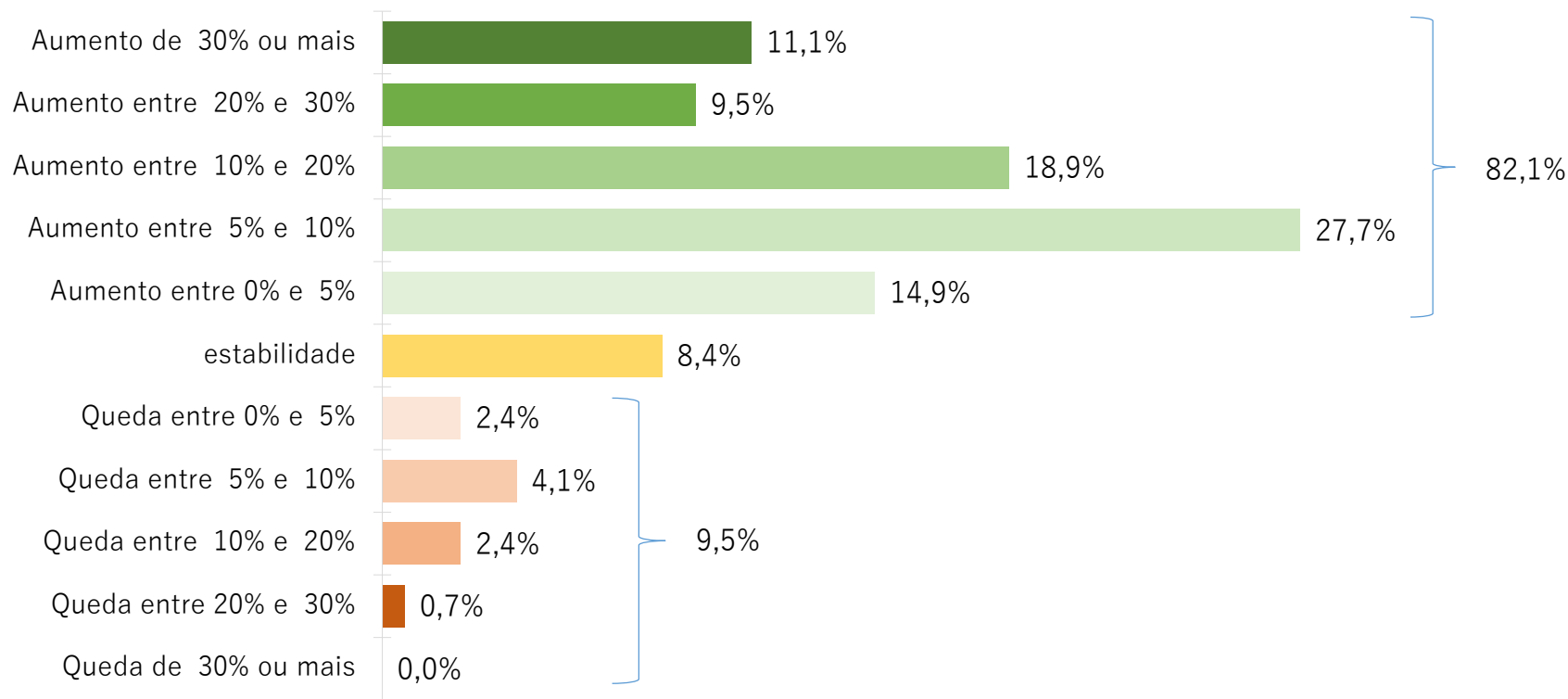
Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

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

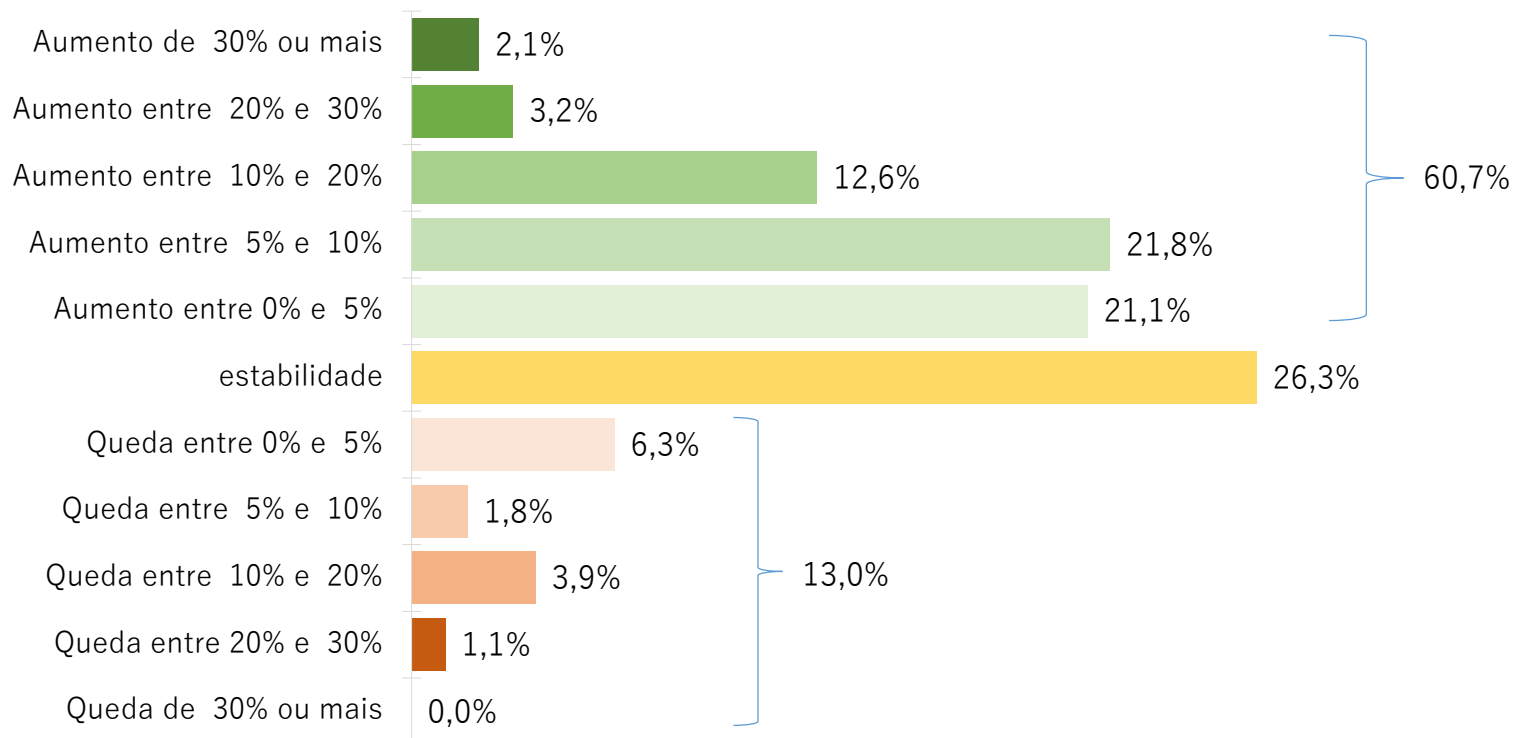
Com relação à evolução esperada do valor das vendas nos próximos 12 meses, os respondentes do 2º trimestre de 2022 se distribuíram entre aqueles que se declararam **otimistas** (82,1%) e **pessimistas** (9,5%), enquanto os demais participantes (8,4%) apostaram na **estabilidade** do valor das receitas ao longo do horizonte de análise.



Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Expectativa: verba de *marketing*

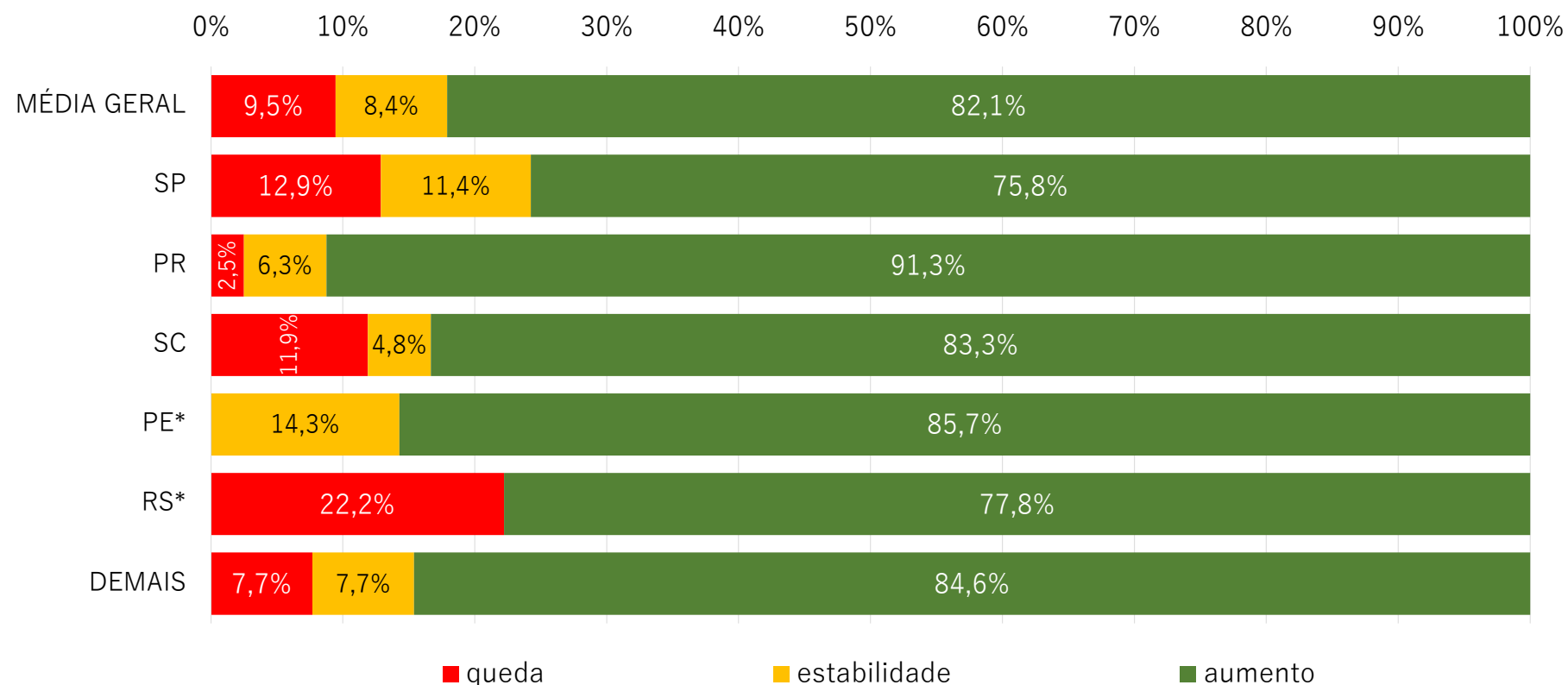
De forma análoga, adotando-se o mesmo horizonte futuro (próximos 12 meses), a expectativa média com relação à evolução da verba de *marketing* disponível para ações e investimentos na área foi de **elevação**, para 60,7% dos respondentes; de **estabilidade**, para 26,3% dos respondentes; e de **queda**, para o restante da amostra (13,0%).



Fonte: Sondagem ADVB - 2º trimestre de 2022. Elaboração: FIPE.

Expectativas: valor das vendas por UF

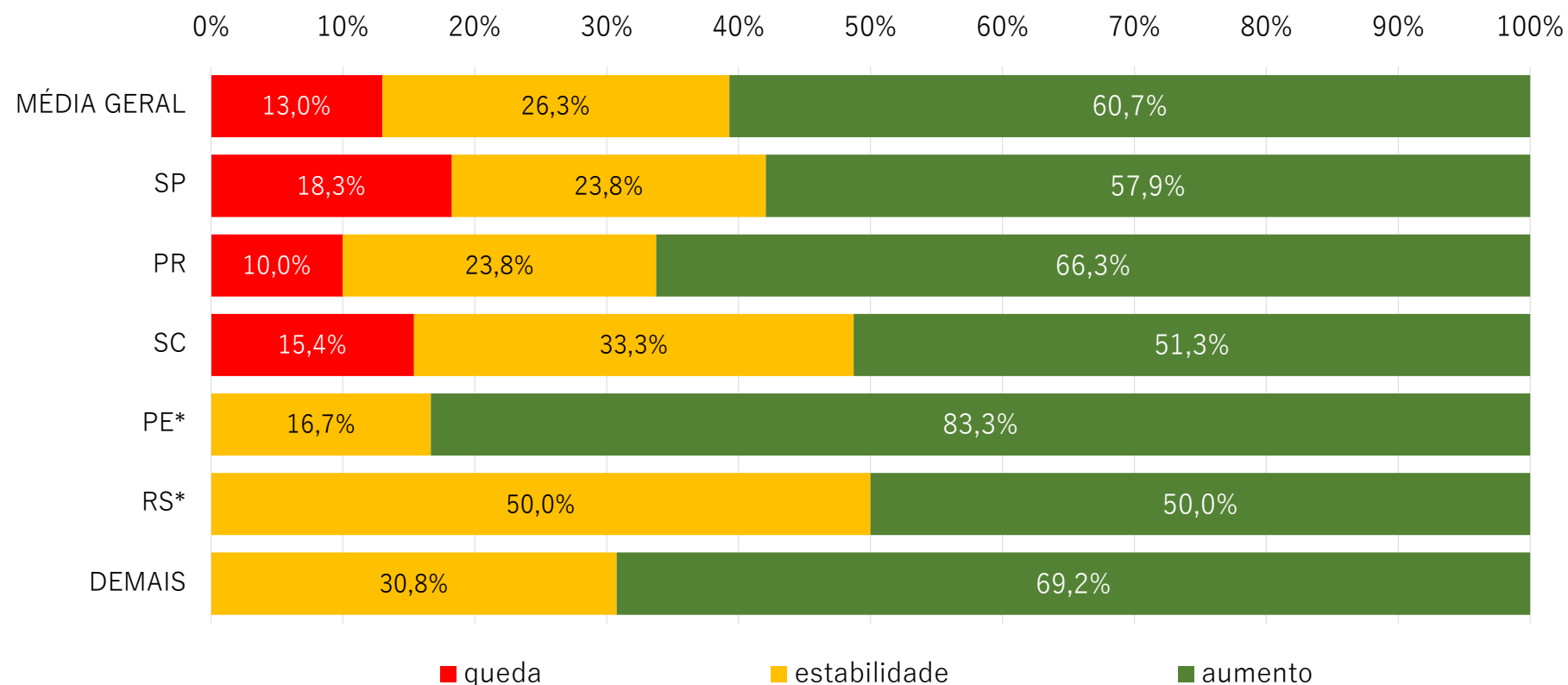
Na avaliação das expectativas por UF, prevaleceu uma perspectiva generalizada de aumento do valor das vendas entre as UFs selecionadas no 2º trimestre de 2022, lideradas pelos resultados mais otimistas para empresas do **Paraná** (91,3%):



Fonte: Sondagem ADVB - 2º 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*, a expectativa declarada pelos respondentes do 2º trimestre de 2022 foi mais diversa, destacando-se o otimismo entre empresas de Pernambuco* (83,3%) e Paraná (66,3%):



Fonte: Sondagem ADVB - 2º 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