

Resultado Gerais

Prêmio

ABREME

Associação Brasileira dos Revendedores
e Distribuidores de Materiais Elétricos



2010



Intelligence, Intuition & Innovation

Metodologia

Pesquisa - Prêmio ABREME

Pesquisa quantitativa realizada através de **abordagem híbrida**:

- ✓ entrevistas pessoais com aplicação de questionário estruturado por telefone;
- ✓ envio de questionário por e-mail para auto-preenchimento após contato telefônico e apresentação da pesquisa;
- ✓ envio de questionário por fax para auto-preenchimento após contato telefônico e apresentação da pesquisa.

Abrangência Geográfica : todo o território brasileiro.

Universo: revendedores e distribuidores de material elétrico constantes do cadastro da ABREME. Os elementos do cadastro foram “a priori” segmentados em três grupos referentes a sua representatividade em termos de volume de vendas: A (os de maior participação), B e C.

Respondentes: responsáveis pela definição ou compra de material elétrico nas empresas contactadas.

Procedimento de representatividade: Foi aplicado um procedimento censitário ao cadastro. Todos os elementos da população foram contactados e instados a participar.

Taxa de participação: 78% para o segmento mais representativo e 32% no geral.

Logística de campo: entrevistas aplicadas e contatos realizados por entrevistadores da NewSense treinados especificamente para o projeto, com utilização de supervisão direta.

Duração média da entrevista: 10 a 15 minutos.

Procedimentos de controle: 100% dos questionários verificados sobre sua origem e checados em seu preenchimento e consistência.

Data de realização do campo: de 12 de agosto a 08 de outubro de 2008.

Os questionários foram codificados em suas perguntas abertas e digitados em computadores.

Os dados foram processados por pacotes estatísticos especialmente projetados para este tipo de análise.

Pesquisa - Prêmio ABREME

O processamento para **cálculo dos rankings** visando a concessão do Prêmio ABREME 2010 obedeceu a dois tipos de ponderação:

- ✓ considerados quatro segmentos: Iluminação, Fios e Cabos, Dispositivos Elétricos e Material de Instalação;
- ✓ ponderação dos resultados por porte do estabelecimento participante, de acordo com a composição por faixas de sua abrangência de atuação, número de empregados e número de lojas.
- ✓ composição para avaliação geral por segmento da ponderação das avaliações por categoria – apoio em marketing, apoio comercial e qualidade – com os pesos respectivos de 30%, 35% e 35%.
- ✓ os pontos obtidos através dessas ponderações perfazem um total máximo de 10.000 para efeito de ranking.

Os demais resultados expostos neste relatório não foram ponderados.

Premiação: através da pesquisa foram indicados os vencedores de 13 prêmios:

- ✓ O vencedor de melhor fornecedor - 1 prêmio;
- ✓ Os três primeiros colocados em cada um dos quatro segmentos; - 12 prêmios;

A pesquisa foi realizada exclusivamente para a ABREME, sendo seus resultados e produtos de propriedade exclusiva da contratante.

Os procedimentos adotados na pesquisa do Prêmio ABREME 2010 seguem os códigos de ética da ABEP e ESOMAR.

Principais Resultados

Premiações 2010



Prêmio ABREME – 2010 – Melhor Fornecedor



Prêmio ABREME – 2010 - Segmentos



Prêmios	Iluminação	Fios e Cabos	Dispositivos	Instalação
Fornecedor Ouro	OSRAM 	 PRYSMIAN CABLES & SYSTEMS	SIEMENS	CEllar 
Fornecedor Prata	PHILIPS	Sil  A MARCA DA ENERGIA	Schneider  Electric	 DIVISÃO ELETROTÉCNICA
Fornecedor Bronze	SYLVANIA	 exans FICAP	STECK Indústria Elétrica Ltda.	 TIGRE



Ranking ABREME 2010 - por Segmento

					
1º					
2º					
3º					
4º					
5º					
6º					
7º					
8º					
9º					
10º					 

Indicados – Prêmio ABREME 2010

Prêmio ABREME 2010 Iluminação



PHILIPS



SYLVANIA



Indicados – Prêmio ABREME 2010



Prêmio ABREME
2010
Fios e Cabos



Indicados – Prêmio ABREME 2010



Prêmio ABREME 2010 Dispositivos



Indicados – Prêmio ABREME 2010

Prêmio ABREME 2010 Instalação



Indicados – Prêmio ABREME 2010



Prêmio ABREME
2010
Melhor
Fornecedor

SIEMENS



Prêmio ABREME – 2010 – por Segmentos



Prêmio ABREME 2010 Iluminação



Iluminação - Prêmio ABREME 2010 – Geral



PHILIPS



SYLVANIA



Iluminação - Prêmio ABREME 2010 – Geral

Ranking - Top 20

nome	pontos	colocação
Osram	1.979,8	1
Philips	1.916,0	2
Sylvania	638,7	3
FLC	440,9	4
Abalux	408,4	5
Intral	392,4	6
Taschibra	278,9	7
Golden Plus	234,1	8
RCG	186,4	9
GE	182,4	10
Pial Legrand	170,0	11
Bronzearte	164,2	12
Lumiluz	140,9	13
ECP	139,9	14
Lorenzetti	130,1	15
Navile	124,5	16
Schneider – Prime	121,8	17
Ouro Lux	118,3	18
Wetzel	113,4	19
Madelustre	110,8	20



Iluminação - Prêmio ABREME 2010 – Apoio em Marketing



PHILIPS

OSRAM



SYLVANIA



Iluminação - Prêmio ABREME 2010 – Apoio em Marketing

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Philips	28,3%	15,5%	5,5%	2.077	1
Osram	13,9%	27,9%	19,2%	1.930	2
Sylvania	7,0%	5,5%	7,3%	655	3
FLC	4,7%	3,4%	8,9%	487	4
Abalux	3,5%	3,2%	3,3%	336	5
Taschibra	6,0%	0,0%	0,9%	328	6
Intral	1,6%	4,2%	3,8%	275	7
Golden Plus	1,8%	4,2%	2,6%	271	8
RCG	3,0%	0,4%	1,9%	197	9
ECP	1,4%	2,3%	2,6%	189	10
Bronzearte	0,6%	4,4%	0,0%	178	11
Navile	1,2%	2,8%	0,4%	162	12
Pial Legrand	1,3%	1,4%	2,3%	149	13
GE	1,6%	0,4%	3,0%	139	14
Ouro Lux	0,0%	3,2%	2,2%	136	15
Wetzel	1,2%	0,8%	1,7%	113	16
Avant	1,2%	1,3%	0,3%	109	17
Itaim Iluminação	1,2%	1,3%	0,0%	105	18
Keiko	1,8%	0,3%	0,0%	103	19
Lorenzetti	1,8%	0,0%	0,1%	97	20



Iluminação - Prêmio ABREME 2010 – Apoio Comercial



PHILIPS



SYLVANIA



Iluminação - Prêmio ABREME 2010 – Apoio Comercial

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Osram	12,1%	24,5%	20,3%	1.741	1
Philips	17,3%	12,1%	11,8%	1.477	2
Sylvania	9,8%	1,5%	8,7%	687	3
Abalux	4,2%	5,5%	6,4%	494	4
FLC	6,1%	1,9%	5,5%	461	5
Intral	5,3%	2,4%	4,0%	416	6
Taschibra	3,7%	2,5%	0,0%	277	7
Bronzearte	2,4%	2,9%	0,0%	224	8
Pial Legrand	2,8%	2,1%	0,0%	217	9
GE	3,4%	0,5%	1,2%	215	10
Golden Plus	1,5%	3,1%	0,9%	195	11
Lumiluz	1,0%	3,7%	0,0%	177	12
Keiko	1,9%	0,0%	3,8%	155	13
Wetzel	1,3%	2,7%	0,0%	155	14
RCG	2,2%	0,9%	0,3%	148	15
ECP	1,4%	0,0%	3,8%	128	16
Lorenzetti	2,2%	0,3%	0,3%	126	17
G-Light	1,5%	0,7%	1,4%	122	18
Navile	0,0%	2,4%	2,6%	117	19
Itaim Iluminação	2,2%	0,0%	0,0%	113	20



Iluminação - Prêmio ABREME 2010 – Qualidade



PHILIPS



SYLVANIA



Iluminação - Prêmio ABREME 2010 – Qualidade

Ranking – Top 20

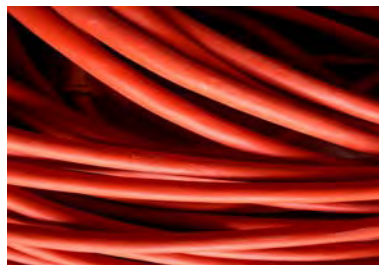
nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Osram	22,8%	22,9%	10,1%	2.100	1
Philips	30,4%	13,0%	2,4%	2.060	2
Sylvania	5,4%	3,4%	9,1%	524	3
Intral	2,6%	6,1%	6,6%	437	4
Abalux	2,7%	4,6%	3,7%	352	5
FLC	1,8%	3,6%	9,1%	345	6
Golden Plus	1,8%	3,5%	0,9%	223	7
Taschibra	3,8%	0,0%	1,2%	216	8
RCG	0,7%	3,8%	2,6%	200	9
GE	1,3%	1,4%	4,0%	173	10
Schneider – Prime	3,0%	0,0%	0,0%	156	11
Lorenzetti	1,9%	1,4%	0,4%	152	12
Lumiluz	1,0%	2,0%	1,9%	144	13
Madelustre	1,8%	1,0%	0,0%	127	14
Pial Legrand	0,1%	1,8%	4,3%	127	15
Ouro Lux	0,0%	2,3%	3,5%	125	16
Siemens	2,1%	0,0%	0,1%	114	17
Tecnowatt	0,4%	2,3%	0,6%	102	18
Excelência da luz	1,9%	0,0%	0,0%	100	19
ECP	1,4%	0,1%	1,3%	98	20



Prêmio ABREME – 2010 – por Segmentos



Prêmio ABREME 2010 Fios e Cabos



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2010 – Geral



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2010 – Geral

Ranking – Top 20

nome	pontos	colocação
Prysmian Pirelli	1.852,1	1
Sil	1.529,8	2
Nexans – Ficap	1.238,6	3
Corfio	853,7	4
Nambei	778,3	5
Phelps Dodge	537,0	6
Induscabos	533,9	7
Wirex Cable	417,0	8
Brascopper CBC	290,3	9
Condu spar	240,9	10
Cobrecom IFC	211,4	11
Reiplás - Atox	162,2	12
Cordeiro	152,2	13
IPCE	138,1	14
Megatron	73,3	15
Lamesa	70,5	16
Tiaflex	61,0	17
GP Cabos	51,3	18
Coperline - Mega Fios	48,8	19
Pompeia	48,8	20



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2010 – Apoio em Marketing



PRYSMIAN
CABLES & SYSTEMS



Sil
A MARCA DA ENERGIA



Nexans
FICAP



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2010 – Apoio em Marketing

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Sil	20,3%	13,0%	11,3%	1.666	1
Prysmian Pirelli	18,2%	16,4%	8,6%	1.627	2
Nexans – Ficap	15,7%	8,5%	5,3%	1.191	3
Corfio	7,9%	14,6%	2,7%	939	4
Nambei	6,0%	11,5%	11,1%	853	5
Phelps Dodge	5,0%	6,4%	5,0%	545	6
Induscabos	2,9%	6,6%	11,9%	533	7
Wirex Cable	4,6%	2,5%	3,8%	379	8
Brascopper CBC	3,8%	1,6%	3,8%	307	9
Conduspar	3,0%	3,3%	1,8%	295	10
Cobrecom IFC	2,3%	2,8%	0,0%	217	11
Cordeiro	1,0%	1,5%	2,3%	135	12
IPCE	1,4%	0,2%	3,2%	125	13
Lamesa	1,5%	0,4%	1,4%	111	14
Reiplás - Atox	0,0%	0,7%	6,2%	109	15
Megatron	0,6%	0,2%	2,4%	72	16
Tiaflex	1,2%	0,0%	0,0%	61	17
GP Cabos	0,0%	0,0%	3,8%	51	18
Coperline - mega fios	0,9%	0,0%	0,0%	49	19
Pompeia	0,9%	0,0%	0,0%	49	20



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2010 – Apoio Comercial



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2010 – Apoio Comercial

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Sil	19,5%	10,1%	13,8%	1.566	1
Prysmian Pirelli	14,5%	21,6%	4,5%	1.547	2
Nexans – Ficap	13,4%	7,6%	8,1%	1.078	3
Corfio	9,3%	7,4%	9,5%	873	4
Nambei	6,0%	10,5%	10,1%	800	5
Induscabos	6,1%	5,1%	7,8%	599	6
Phelps Dodge	5,8%	6,4%	3,3%	567	7
Wirex Cable	3,7%	3,6%	7,1%	414	8
Brascopper CBC	2,9%	2,3%	5,1%	301	9
Condu spar	3,0%	3,1%	0,0%	264	10
Reiplás - Atox	1,3%	5,1%	1,4%	255	11
Cobrecom IFC	2,3%	2,9%	0,0%	222	12
IPCE	2,3%	0,8%	2,2%	180	13
Cordeiro	1,6%	1,7%	2,3%	174	14
GP Cabos	0,0%	1,9%	1,6%	84	15
Megatron	0,6%	0,4%	2,2%	73	16
Tiaflex	1,2%	0,0%	0,0%	63	17
Coperline - mega fios	0,9%	0,0%	0,0%	50	18
Pompeia	0,9%	0,0%	0,0%	50	19
Lamesa	0,4%	0,0%	1,9%	44	20



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2010 – Qualidade



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2010 – Qualidade

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Prysmian Pirelli	37,0%	10,5%	6,1%	2.383	1
Nexans – Ficap	18,5%	12,8%	4,3%	1.462	2
Sil	11,4%	17,7%	15,5%	1.404	3
Corfio	6,5%	11,6%	3,6%	777	4
Nambei	5,2%	8,6%	10,3%	707	5
Phelps Dodge	5,3%	3,4%	8,1%	509	6
Induscabos	1,6%	6,1%	13,7%	479	7
Wirex Cable	3,6%	6,8%	3,1%	459	8
Brascopper CBC	2,4%	3,0%	3,1%	270	9
Cobrecom IFC	1,1%	3,6%	1,4%	200	10
Conduspar	1,1%	1,8%	3,9%	176	11
Cordeiro	0,3%	2,4%	3,5%	148	12
Reiplás - Atox	1,3%	0,7%	2,0%	118	13
IPCE	0,0%	2,8%	1,3%	110	14
Megatron	0,6%	0,7%	1,5%	76	15
Lamesa	0,3%	1,2%	0,4%	64	16
Germany	1,1%	0,0%	0,0%	60	17
Tiaflex	1,1%	0,0%	0,0%	60	18
Iberica	0,6%	0,5%	0,7%	56	19
Cablana	0,0%	1,6%	0,0%	52	20



Prêmio ABREME – 2010 – por Segmentos



Prêmio ABREME 2010 Dispositivos



Dispositivos - Prêmio ABREME 2010 – Geral



SIEMENS

Schneider
 **Electric**



STECK



Dispositivos - Prêmio ABREME 2010 – Geral

Ranking – Top 20

nome	pontos	colocação
Siemens	2490	1
Schneider – Prime	2108	2
Steck	975	3
Pial Legrand	721	4
GE	392	5
Weg	380	6
Lorenzetti	303	7
Eaton – Moeller	251	8
Fame	226	9
Alumbra	198	10
Ace Schmersal	148	11
ABB	147	12
Eletromar	139	13
JNG – Induspar	131	14
Finder	92	15
Cemar	75	16
Conexel	73	17
Rockwell	73	18
panduit	73	19
Soprano	63	20



Dispositivos - Prêmio ABREME 2010 – Apoio em Marketing



SIEMENS

Schneider
 **Electric**



STECK
Reinigungs- & Elektroartikel



Dispositivos - Prêmio ABREME 2010 – Apoio em Marketing

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Siemens	37,2%	16,4%	12,3%	2.685	1
Schneider – Prime	17,7%	30,5%	7,4%	2.016	2
Steck	9,6%	8,8%	12,6%	981	3
Pial Legrand	8,5%	5,6%	3,8%	688	4
GE	3,1%	4,8%	6,4%	417	5
Weg	4,6%	2,2%	4,5%	386	6
Lorenzetti	2,6%	2,6%	3,6%	273	7
Eaton – Moeller	2,1%	0,0%	9,2%	250	8
Alumbra	1,0%	5,1%	0,7%	227	9
Fame	0,9%	5,6%	0,0%	227	10
JNG – Induspar	0,2%	3,9%	1,1%	153	11
Eletromar	1,2%	1,3%	2,7%	145	12
ABB	1,0%	0,7%	3,1%	124	13
Ace Schmersal	0,0%	1,3%	5,5%	124	14
Conexel	0,0%	2,4%	2,5%	112	15
Finder	0,6%	1,3%	1,6%	97	16
Cemar	1,4%	0,0%	0,0%	74	17
Tiaflex	1,4%	0,0%	0,0%	74	18
Soprano	0,5%	0,0%	3,1%	72	19
Bticino	1,2%	0,0%	0,0%	62	20



Dispositivos - Prêmio ABREME 2010 – Apoio Comercial



SIEMENS



STECK



Dispositivos - Prêmio ABREME 2010 – Apoio Comercial

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Schneider – Prime	25,6%	22,2%	8,7%	2.199	1
Siemens	25,6%	14,1%	20,5%	2.115	2
Steck	11,5%	9,1%	13,6%	1.107	3
Pial Legrand	6,8%	8,3%	4,6%	697	4
Weg	3,7%	2,0%	8,4%	383	5
GE	3,2%	3,0%	4,6%	335	6
Lorenzetti	3,1%	2,4%	5,2%	316	7
Eaton – Moeller	1,2%	3,7%	7,6%	293	8
Ace Schmersal	0,0%	6,6%	1,4%	230	9
Fame	1,1%	5,1%	0,3%	224	10
Alumbra	2,1%	2,8%	0,7%	211	11
Eletromar	1,2%	2,6%	0,8%	159	12
JNG – Induspar	0,6%	3,0%	1,8%	155	13
panduit	2,4%	0,0%	0,0%	126	14
Conexel	2,1%	0,0%	0,0%	113	15
Finder	0,0%	3,6%	0,0%	113	16
ABB	0,0%	1,8%	3,2%	107	17
Digimec	0,0%	2,6%	0,0%	84	18
Rockwell	0,0%	2,6%	0,0%	84	19
Bticino	1,2%	0,0%	0,0%	63	20



Dispositivos - Prêmio ABREME 2010 – Qualidade



SIEMENS

Schneider
 **Electric**



STECK
Industries Electricas S.A.



Dispositivos - Prêmio ABREME 2010 – Qualidade

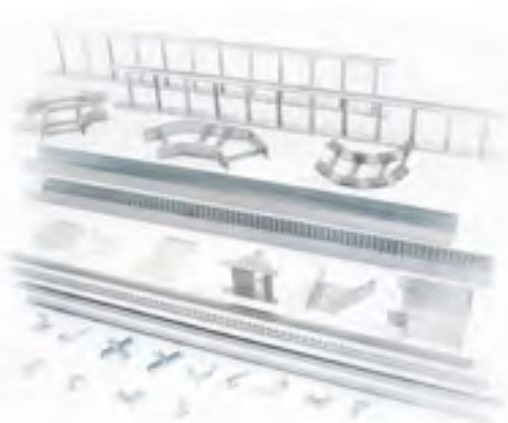
Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Siemens	39,1%	16,7%	5,9%	2.700	1
Schneider – Prime	18,1%	30,6%	10,8%	2.101	2
Steck	6,5%	7,5%	17,4%	842	3
Pial Legrand	10,4%	4,1%	5,9%	775	4
GE	3,3%	5,4%	5,3%	428	5
Weg	1,5%	6,7%	5,1%	372	6
Lorenzetti	2,6%	4,1%	3,1%	316	7
Fame	1,1%	5,2%	0,4%	229	8
Eaton – Moeller	1,2%	1,0%	7,7%	210	9
ABB	1,1%	3,2%	3,2%	208	10
Alumbra	0,8%	2,5%	2,5%	160	11
Rockwell	2,3%	0,0%	0,0%	125	12
Eletromar	0,9%	0,5%	3,2%	114	13
Condex - Flexfio	1,2%	0,0%	2,5%	100	14
JNG – Induspar	0,4%	0,0%	4,8%	89	15
Ace Schmersal	0,0%	2,1%	1,4%	87	16
panduit	0,0%	2,6%	0,0%	83	17
Cemar	1,4%	0,0%	0,0%	75	18
Finder	0,0%	0,6%	3,1%	67	19
Bticino	1,2%	0,0%	0,0%	62	20

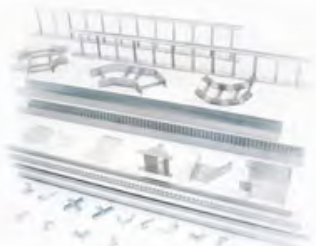


Prêmio ABREME – 2010 – por Segmentos

Prêmio ABREME 2010 Instalação



Instalação - Prêmio ABREME 2010 – Geral



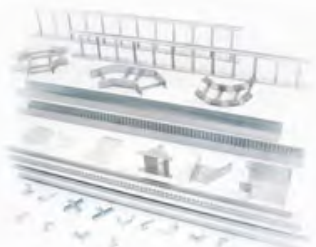
Instalação - Prêmio ABREME 2010 – Geral

Ranking – Top 20

nome	pontos	colocação
Cemar	1.887,2	1
Wetzel	730,3	2
Tigre	638,6	3
Elecon	440,0	4
Daisa	404,1	5
Intelli	392,0	6
Carbinox	371,2	7
Calhas Kennedy	363,8	8
Real Perfil	356,1	9
Tramontina - Forjasul Eletrik	297,3	10
Eletropol	282,6	11
Siemens	260,5	12
Amanco	258,1	13
Dispan	211,0	14
Prysmian Pirelli	172,1	15
Schneider – Prime	145,7	16
3M	141,9	17
Hidrossol	130,4	18
Dinaço	118,0	19
Poleoduto – Enmac	117,2	20



Instalação - Prêmio ABREME 2010 – Apoio em Marketing



CEMAR

legrand



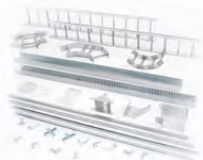
wetzel
DIVISÃO ELETROTÉCNICA



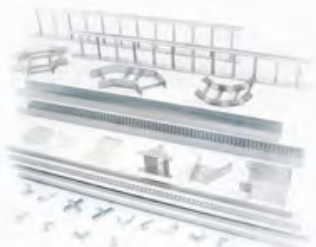
Instalação - Prêmio ABREME 2010 – Apoio em Marketing

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Cemar	23,3%	14,1%	10,9%	1.853	1
Wetzel	10,5%	0,0%	10,3%	708	2
Tigre	5,0%	8,8%	3,7%	608	3
Daisa	4,4%	5,6%	2,7%	455	4
Elecon	4,8%	3,1%	6,1%	446	5
Calhas Kennedy	3,0%	7,6%	2,1%	433	6
Carbinox	1,2%	7,3%	6,4%	396	7
Intelli	3,9%	4,3%	1,9%	378	8
Real Perfil	5,3%	1,5%	0,9%	343	9
Dispan	1,7%	1,8%	10,0%	295	10
Tramontina - Forjasul Eletrik	2,2%	5,4%	0,0%	293	11
Eletropol	2,2%	4,9%	0,0%	275	12
Amanco	3,6%	1,4%	1,8%	260	13
Siemens	2,5%	3,3%	1,5%	258	14
Prysmian Pirelli	2,6%	0,0%	3,0%	181	15
Kanaflex	0,0%	2,4%	4,5%	144	16
Hidrossol	1,6%	1,6%	0,3%	142	17
Mopar	2,3%	0,0%	0,0%	125	18
Panduit	2,2%	0,0%	0,0%	118	19
Poleoduto – Enmac	1,0%	1,9%	0,0%	114	20



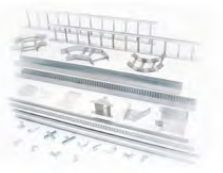
Instalação - Prêmio ABREME 2010 – Apoio Comercial



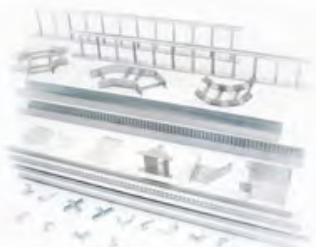
Instalação - Prêmio ABREME 2010 – Apoio Comercial

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Cemar	23,3%	14,1%	11,5%	1.857	1
Wetzel	9,4%	5,2%	4,3%	728	2
Tigre	7,8%	6,2%	4,1%	670	3
Elecon	2,1%	9,2%	2,5%	446	4
Carbinox	2,3%	5,1%	9,3%	421	5
Intelli	4,0%	6,2%	0,0%	410	6
Tramontina - Forjasul Eletrik	4,4%	4,4%	0,0%	373	7
Real Perfil	5,4%	2,2%	0,0%	355	8
Calhas Kennedy	3,5%	3,0%	4,4%	348	9
Daisa	3,9%	2,9%	2,1%	329	10
Eletropol	1,5%	5,8%	0,0%	265	11
Amanco	2,6%	2,7%	1,5%	249	12
Siemens	1,0%	4,4%	2,7%	234	13
Dispan	2,3%	0,0%	6,6%	218	14
Kanaflex	2,3%	0,0%	4,4%	185	15
Schneider – Prime	1,0%	2,5%	2,7%	172	16
Prysmian Pirelli	1,0%	1,8%	2,9%	154	17
3M	1,3%	2,5%	0,0%	146	18
ABB	2,5%	0,0%	0,0%	132	19
Hidrossol	1,3%	1,8%	0,6%	132	20



Instalação - Prêmio ABREME 2010 – Qualidade



Instalação - Prêmio ABREME 2010 – Qualidade

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Cemar	21,4%	21,5%	8,0%	1.947	1
Wetzel	10,8%	1,8%	7,9%	752	2
Tigre	6,5%	7,3%	3,6%	633	3
Daisa	4,3%	4,7%	3,9%	436	4
Elecon	3,6%	5,1%	5,2%	430	5
Intelli	2,1%	7,6%	2,2%	386	6
Real Perfil	5,9%	1,2%	0,9%	368	7
Calhas Kennedy	1,5%	5,9%	3,6%	320	8
Eletropol	3,9%	3,0%	0,0%	307	9
Carbinox	0,0%	5,5%	8,5%	300	10
Siemens	4,9%	0,0%	1,8%	289	11
Amanco	3,6%	1,7%	1,5%	265	12
3M	3,4%	0,0%	3,9%	241	13
Tramontina - Forjasul Eletrik	2,3%	3,0%	0,3%	226	14
Schneider – Prime	2,3%	1,4%	1,2%	186	15
Prysmian Pirelli	2,6%	0,0%	3,0%	182	16
Dinaço	1,5%	1,4%	3,3%	171	17
Dispan	1,7%	0,0%	2,7%	132	18
Poleoduto – Enmac	1,7%	1,1%	0,0%	127	19
Mopar	2,3%	0,0%	0,0%	125	20



Prêmio ABREME – 2010 – Geral



Prêmio ABREME 2010 Melhor Fornecedor



Melhor Fornecedor - Prêmio ABREME 2010



Schneider
 **Electric**



SIEMENS



OSRAM 



Melhor Fornecedor - Prêmio ABREME 2010 – Geral

Ranking – Top 20

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Siemens	14,7%	8,6%	8,2%	1.161	1
Schneider – Prime	12,0%	12,1%	4,0%	1.071	2
Osram	9,4%	3,6%	2,7%	635	3
Prysmian Pirelli	4,3%	7,5%	4,7%	545	4
Sil	5,7%	5,2%	1,6%	485	5
Pial Legrand	2,1%	7,0%	5,1%	422	6
Nexans – Ficap	5,3%	3,1%	2,7%	411	7
Philips	3,2%	4,4%	4,9%	386	8
Steck	3,4%	2,0%	3,8%	298	9
Corfio	1,7%	3,1%	0,3%	192	10
Induscabos	1,1%	3,2%	1,3%	180	11
Weg	2,2%	1,9%	0,0%	175	12
Nambei	2,6%	0,2%	1,2%	159	13
Wirex Cable	3,1%	0,0%	0,0%	153	14
Conexel	1,9%	1,5%	0,0%	145	15
Fame	1,1%	2,0%	1,4%	143	16
GE	0,6%	2,7%	0,5%	132	17
Lorenzetti	0,7%	1,6%	2,0%	123	18
Wetzel	1,1%	0,0%	3,5%	109	19
Alumbra	0,5%	0,5%	3,3%	99	20



Melhor Fornecedor - Prêmio ABREME 2010 – Geral

Ranking – 21º a 50º

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2010	colocação 2010
Taschibra	1,6%	0,5%	0,0%	97	21
Brascopper CBC	1,3%	0,3%	1,4%	97	22
Cemar	0,2%	1,9%	1,4%	97	23
Intral	0,2%	2,5%	0,0%	95	24
Keiko	1,6%	0,0%	0,9%	93	25
Tigre	0,6%	0,8%	1,3%	81	26
Madelustre	1,6%	0,0%	0,0%	79	27
Sylvania	0,0%	1,2%	1,9%	71	28
Olip	1,4%	0,0%	0,0%	69	29
Romagnoli	1,4%	0,0%	0,0%	69	30
Intelli	0,0%	1,3%	1,6%	69	31
Magnet	1,3%	0,0%	0,0%	64	32
Daisa	0,5%	0,8%	0,5%	64	33
Eaton – Moeller	0,0%	1,9%	0,0%	64	34
Amanco	0,0%	0,8%	2,0%	62	35
ECP	1,1%	0,0%	0,3%	58	36
3M	0,0%	1,7%	0,0%	56	37
Abalux	0,3%	0,8%	0,6%	55	38
Bticino	1,1%	0,0%	0,0%	53	39
Cobrecom IFC	1,1%	0,0%	0,0%	53	40
Condu spar	1,1%	0,0%	0,0%	53	41
Real Perfil	0,8%	0,3%	0,0%	53	42
Bronzearte	0,5%	0,0%	1,4%	49	43
FLC	0,5%	0,2%	0,6%	44	44
DCA-Irta	0,8%	0,0%	0,0%	42	45
Tholz	0,8%	0,0%	0,0%	42	46
G-Light	0,0%	1,3%	0,0%	42	47
Tramontina - Forjasul Eletrik	0,0%	0,3%	1,9%	42	48
Reiplás - Atox	0,0%	0,5%	1,3%	39	49
Dinaço	0,0%	0,0%	2,4%	39	50



Outros Resultados

Prêmio ABREME – 2010

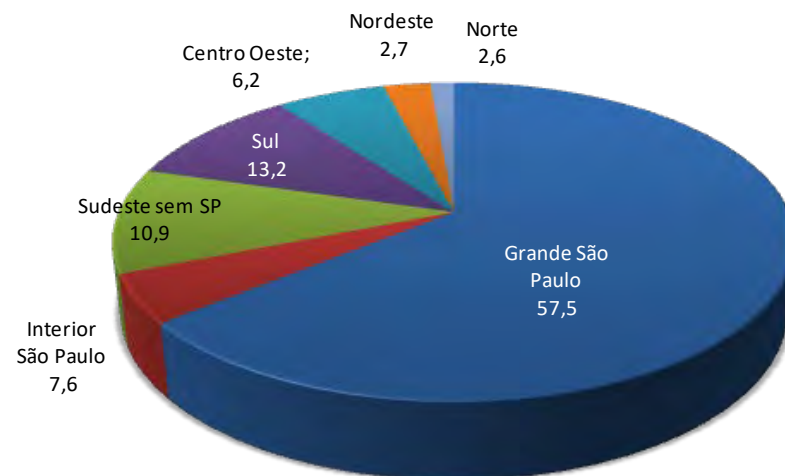
Perfil Frequências

Prêmio ABREME – 2010 - Perfil

Região da Empresa Frequências

Região da Empresa	número de observações	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
Grande São Paulo	144	64,0	64,0	64,0
Interior São Paulo	11	4,9	4,9	68,9
Sudeste sem SP	24	10,7	10,7	79,6
Sul	23	10,2	10,2	89,8
Centro Oeste	14	6,2	6,2	96,0
Nordeste	6	2,7	2,7	98,7
Norte	3	1,3	1,3	100,0
não sabe/em branco	0	0,0		
total	225	100,0	100,0	

* a soma total dos % pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Região de Atuação Comercial Frequências

Região de Atuação Comercial	número de observações	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
só no município	56	24,9	24,9	24,9
no estado	71	31,6	31,6	56,4
em vários estados	36	16,0	16,0	72,4
em todo o brasil	62	27,6	27,6	100,0
não sabe/em branco	0	0,0		
total	225	100,0	100,0	

* a soma total dos % pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento

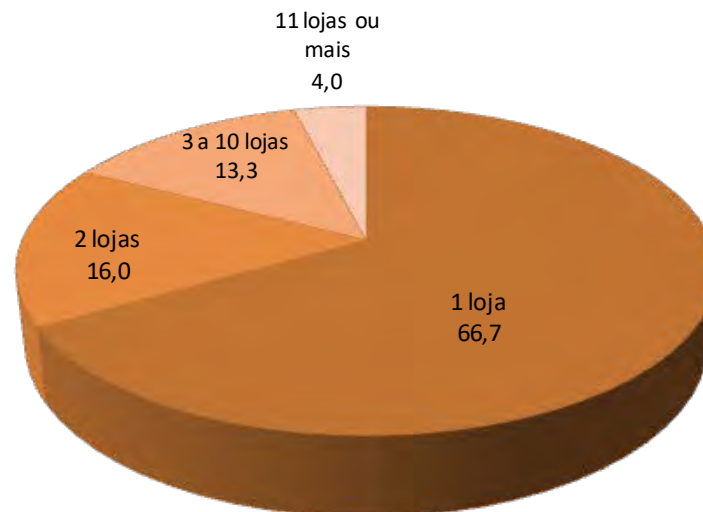


Prêmio ABREME – 2010

Número de Lojas Frequências

Número de Lojas	número de observações	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
1 loja	150	66,7	66,7	66,7
2 lojas	36	16,0	16,0	82,7
3 a 10 lojas	30	13,3	13,3	96,0
11 lojas ou mais	9	4,0	4,0	100,0
não sabe/em branco	0	0,0		
total	225	100,0	100,0	
média:	1,55	desvio padrão:	0,88	

* a soma total dos % pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento

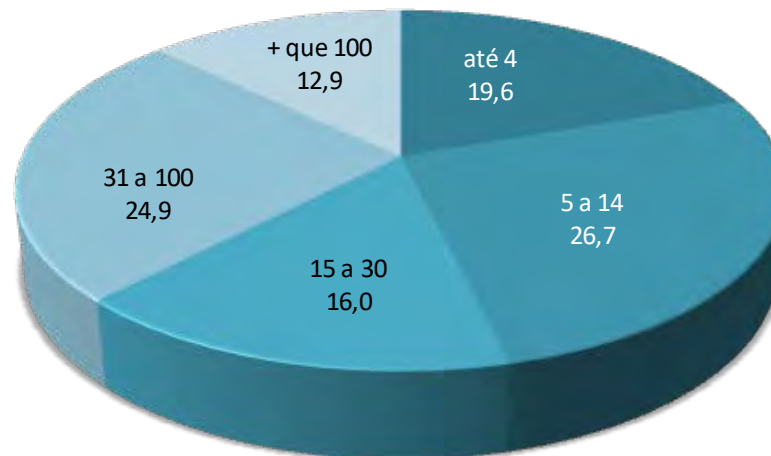


Prêmio ABREME – 2010

Número de Empregados Frequências

Número de Empregados	número de observações	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
até 4	44	19,6	19,6	19,6
5 a 14	60	26,7	26,7	46,2
15 a 30	36	16,0	16,0	62,2
31 a 100	56	24,9	24,9	87,1
+ que 100	29	12,9	12,9	100,0
não sabe/em branco	0	0,0		
total	225	100,0	100,0	
média:	2,86	desvio padrão:	1,35	

* a soma total dos % pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento

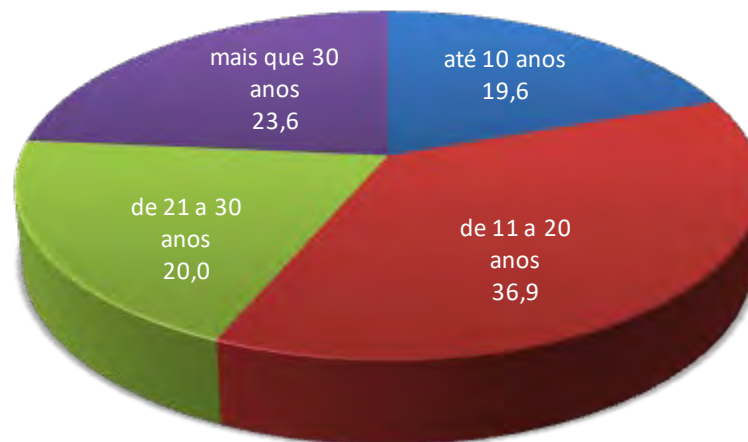


Prêmio ABREME – 2010

Tempo da Empresa no Mercado Frequências

Tempo da Empresa no Mercado	número de observações	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
até 10 anos	44	19,6	19,6	19,6
de 11 a 20 anos	83	36,9	36,9	56,4
de 21 a 30 anos	45	20,0	20,0	76,4
mais que 30 anos	53	23,6	23,6	100,0
não sabe/em branco	0	0,0		
total	225	100,0	100,0	
média:	2,49	desvio padrão:	1,06	

* a soma total dos % pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento

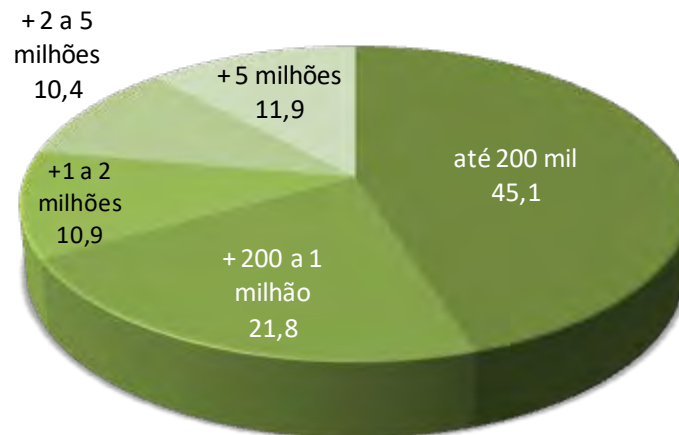


Prêmio ABREME – 2010

Faturamento Mensal Frequências

Faturamento Mensal	número de observações	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
até 200 mil	87	38,5	45,1	45,1
+ 200 a 1 milhão	42	18,6	21,8	66,8
+1 a 2 milhões	21	9,3	10,9	77,7
+ 2 a 5 milhões	20	8,8	10,4	88,1
+ 5 milhões	23	10,2	11,9	100,0
não informado	33	14,6		
total	226	100,0	100,0	

* a soma total dos % pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento

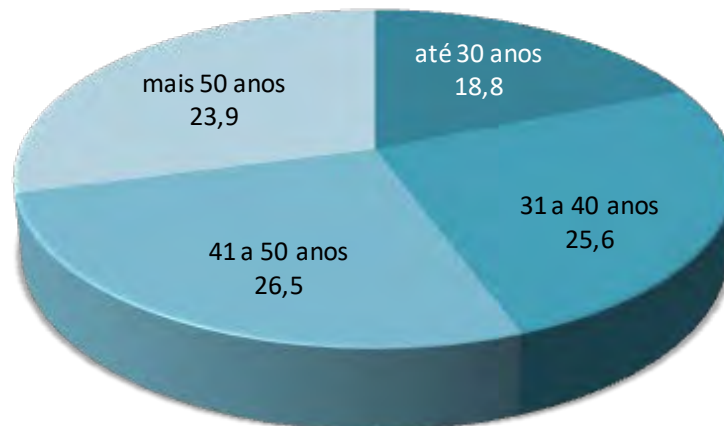


Prêmio ABREME – 2010

Idade do Respondente Frequências

Idade do Respondente	número de observações	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
até 30 anos	42	18,7	18,8	18,8
31 a 40 anos	57	25,3	25,6	44,4
41 a 50 anos	59	26,2	26,5	70,9
mais que 50 anos	65	28,9	29,1	100,0
não sabe/em branco	2	0,9		
total	225	100,0	100,0	
média:	2,66	desvio padrão:	1,09	

* a soma total dos % pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento

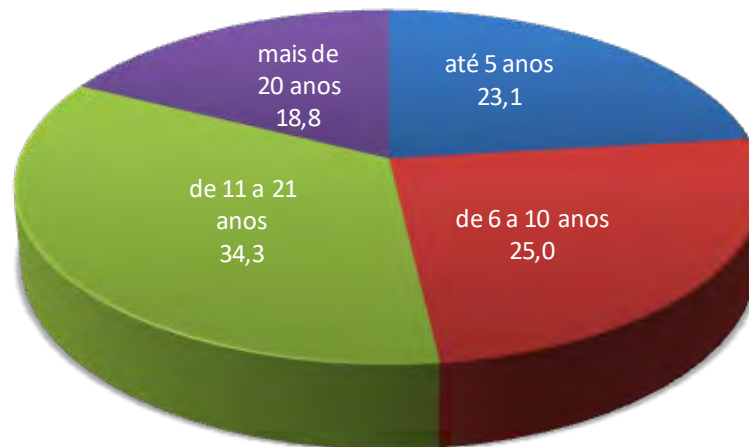


Prêmio ABREME – 2010

Tempo do Respondente na Empresa Frequências

Tempo do Respondente na Empresa	número de observações	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
até 5 anos	50	22,2	23,1	23,1
de 6 a 10 anos	54	24,0	25,0	48,1
de 11 a 21 anos	74	32,9	34,3	82,4
mais de 20 anos	38	16,9	17,6	100,0
não sabe/em branco	9	4,0		
total	225	100,0	100,0	
média:	2,46	desvio padrão:	1,03	

* a soma total dos % pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Atuação nos Vários Segmentos Avaliados

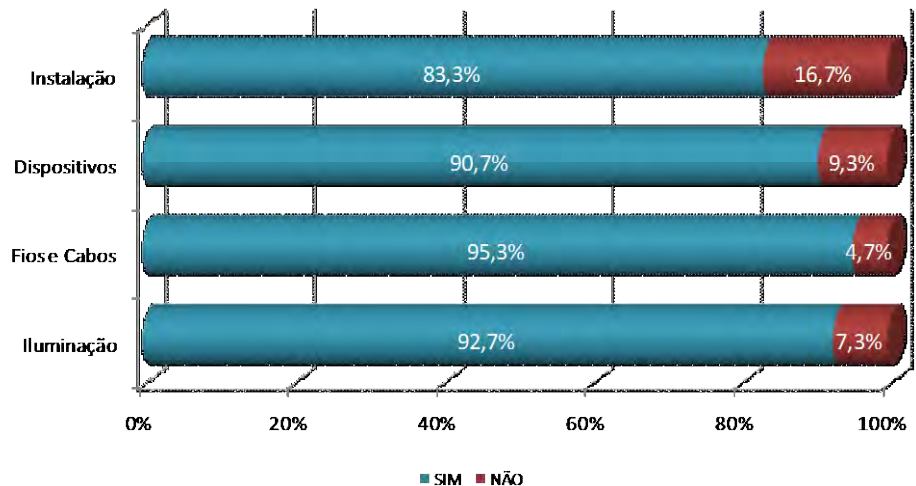
Frequências

Segmentos	Atuação nos Vários Segmentos Avaliados		total*
	SIM	NÃO	
Iluminação	92,7%	7,3%	100%
Fios e Cabos	95,3%	4,7%	100%
Dispositivos	90,7%	9,3%	100%
Instalação	83,3%	16,7%	100%

Base: 225

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento

Atuação nos Vários Segmentos Avaliados



Prêmio ABREME – 2010

% de Venda por Tipo de Cliente Frequências

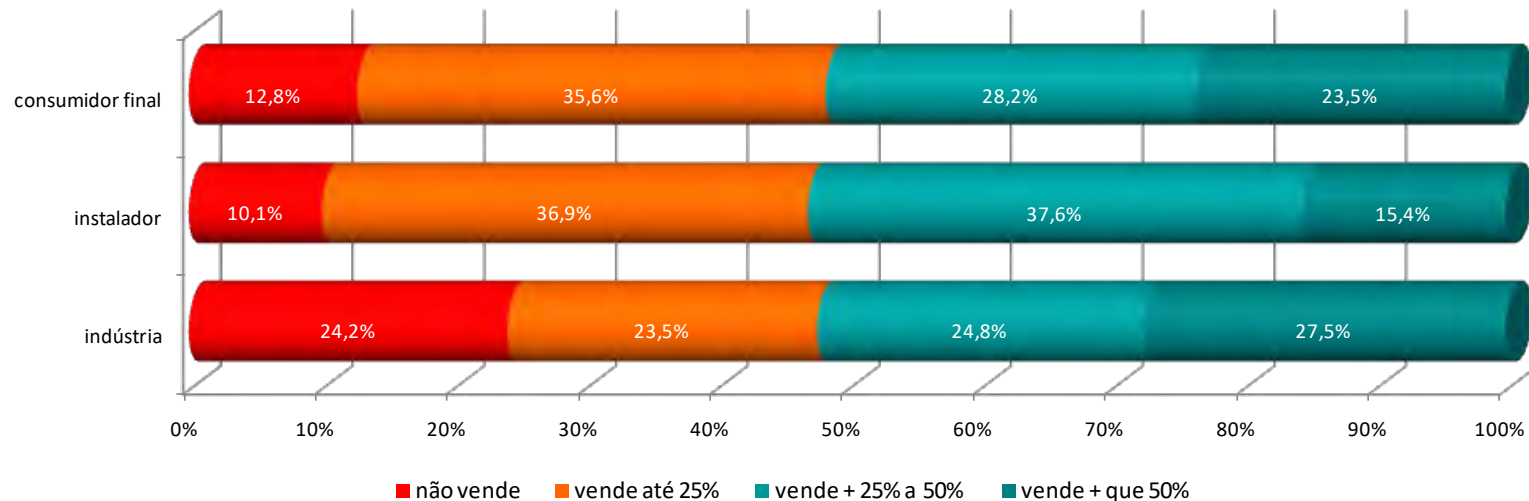
Tipo de Cliente	% de Venda por Tipo de Cliente				avaliação		total*	média geral**	média base válida***
	não vende	vende até 25%	vende + 25% a 50%	vende + que 50%	vende até 50 %	vende mais da metade			
indústria	24,2%	23,5%	24,8%	27,5%	72,5 %	27,5 %	100%	33,0%	43,4%
instalador	10,1%	36,9%	37,6%	15,4%	84,6 %	15,4 %	100%	30,9%	34,4%
consumidor final	12,8%	35,6%	28,2%	23,5%	76,6 %	23,5 %	100%	33,2%	38,0%

Base: 225

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento

** em função da operação a soma não tem que totalizar 100% / incluindo quem não vende como 0%

*** em função da operação a soma não tem que totalizar 100% / **não** incluindo quem não vende para o tipo de cliente



Prêmio ABREME – 2010

Outras Variáveis Frequências

Prêmio ABREME – 2010

Avaliação da Evolução / Expectativa do Faturamento

Frequências

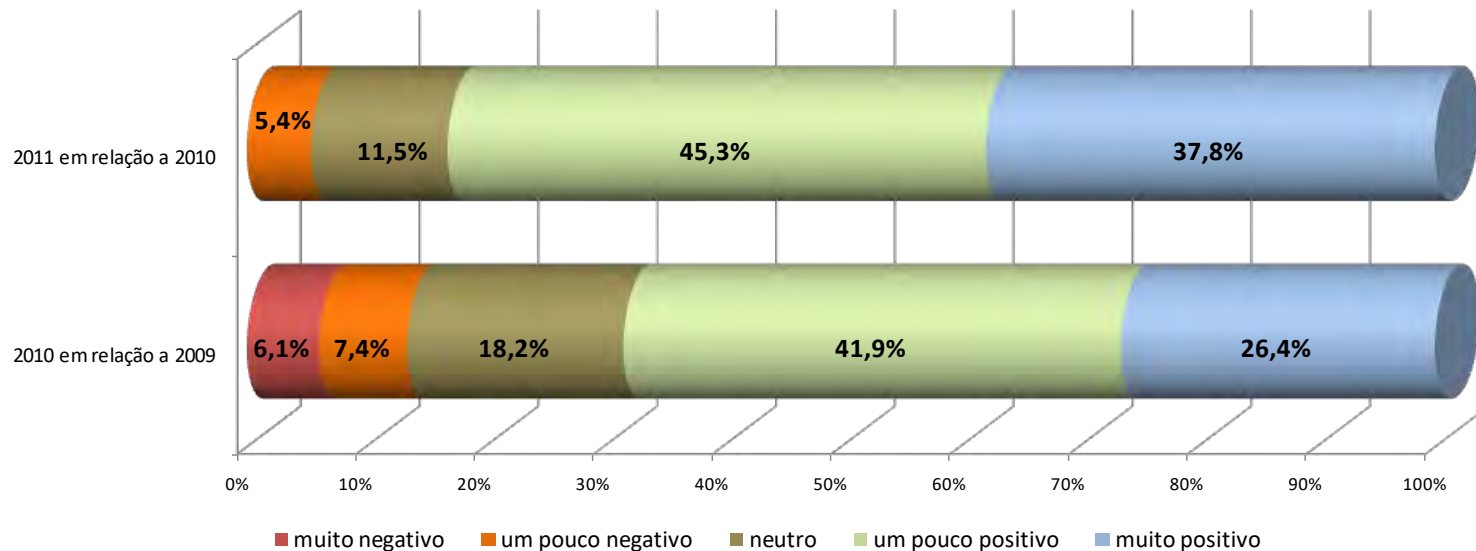
Item	Avaliação da evolução/expectativa do faturamento*					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
2010 em relação a 2009	6,1%	7,4%	18,2%	41,9%	26,4%	13,5%	18,2%	68,3%	100%
2011 em relação a 2010		5,4%	11,5%	45,3%	37,8%	5,4%	11,5%	83,1%	100%

Base: 222

* Pergunta 8 : Como você compara 2009 em relação a 2008 quanto ao faturamento total de sua empresa?

* Pergunta 9 : Qual a sua expectativa com relação ao faturamento de 2010 em relação a 2009?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

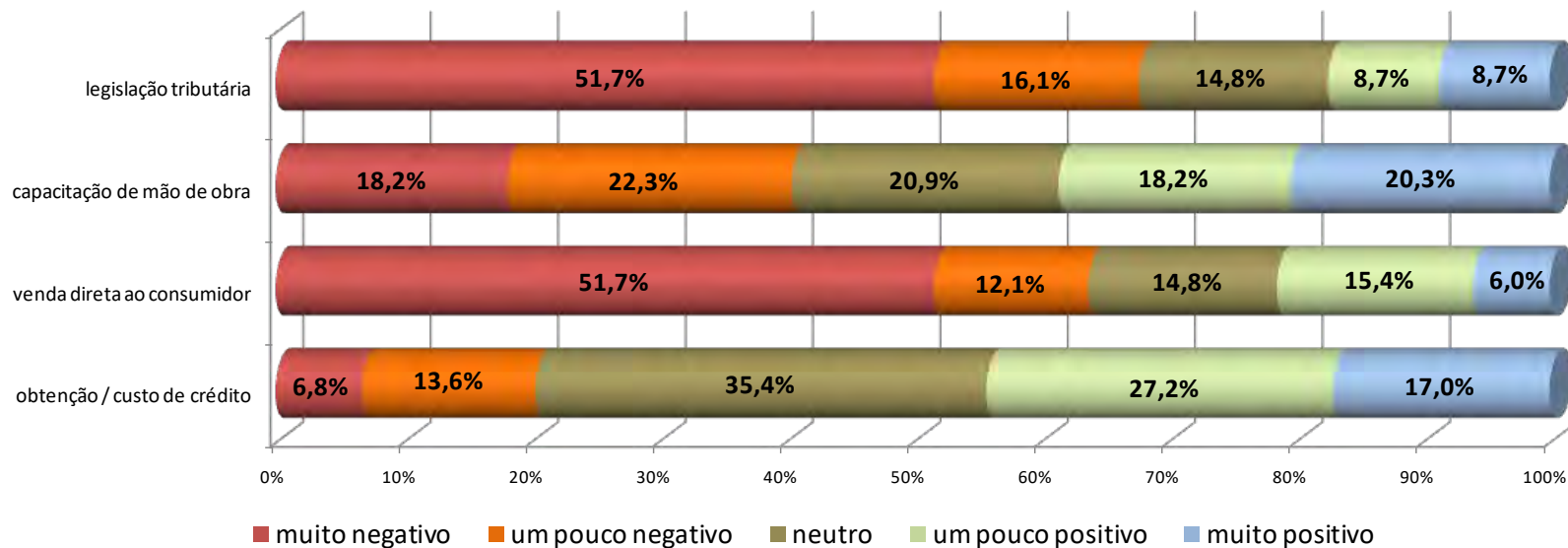
Avaliação do Impacto

Frequências

Item	Avaliação do Impacto*					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
obtenção / custo de crédito	6,8%	13,6%	35,4%	27,2%	17,0%	20,4%	35,4%	44,2%	100%
venda direta ao consumidor	51,7%	12,1%	14,8%	15,4%	6,0%	63,8%	14,8%	21,4%	100%
capacitação de mão de obra	18,2%	22,3%	20,9%	18,2%	20,3%	40,5%	20,9%	38,5%	100%
legislação tributária	51,7%	16,1%	14,8%	8,7%	8,7%	67,8%	14,8%	17,4%	100%

* Pergunta 10 : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Cruzamentos Variáveis de Porte

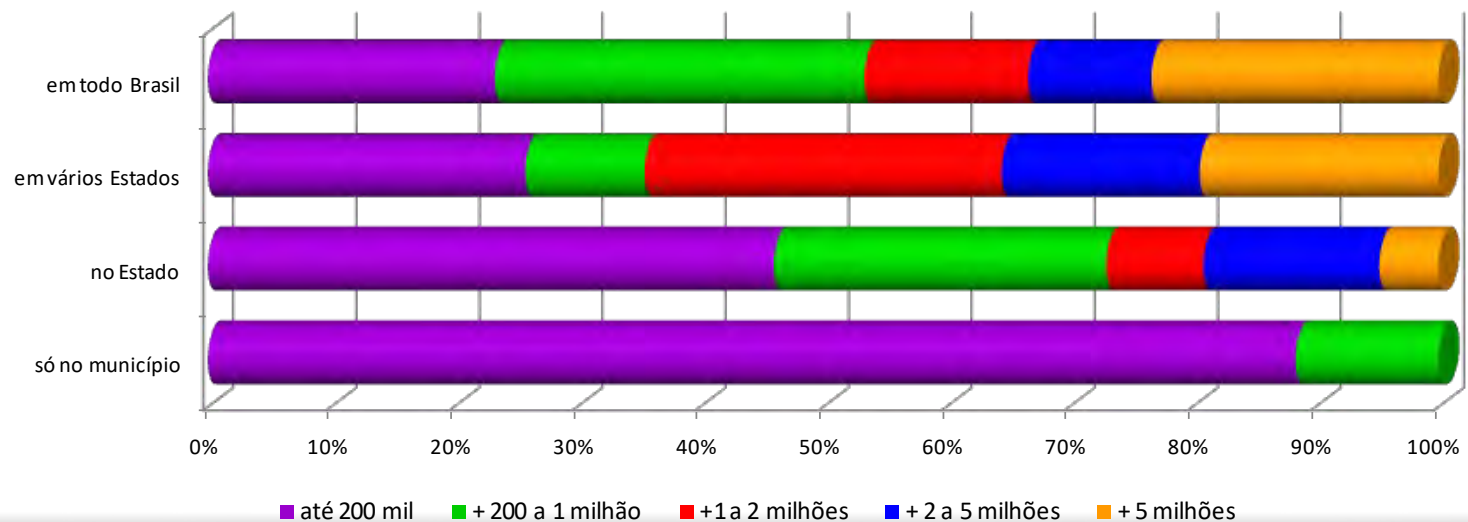
Prêmio ABREME – 2010

Região de Atuação x Faturamento Mensal Cruzamento

região de atuação	faturamento mensal (R\$) por faixas					total*
	até 200 mil	+ 200 a 1 milhão	+1 a 2 milhões	+ 2 a 5 milhões	+ 5 milhões	
só no município	88,4%	11,6%				100%
no Estado	46,0%	27,0%	7,9%	14,3%	4,8%	100%
em vários Estados	25,8%	9,7%	29,0%	16,1%	19,4%	100%
em todo Brasil	23,3%	30,0%	13,3%	10,0%	23,3%	100%
Geral	45,2%	21,8%	11,2%	10,2%	11,7%	100%

Base: 192

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



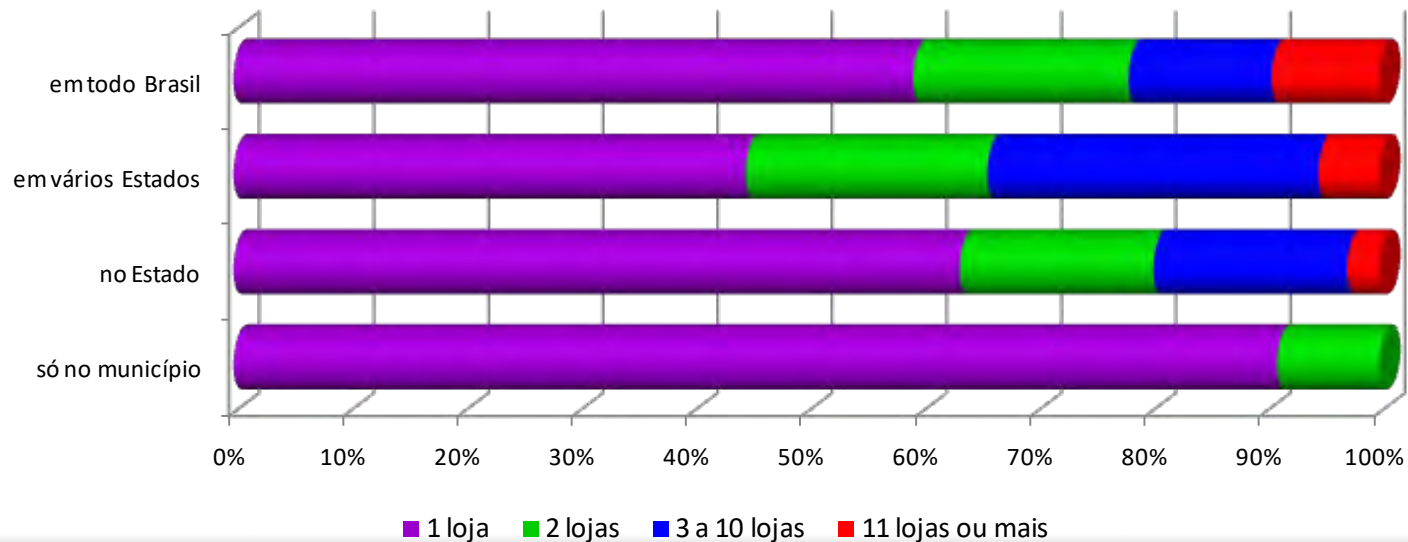
Prêmio ABREME – 2010

Região de Atuação x Número de Lojas Cruzamento

região de atuação	número de lojas por faixas				total*
	1 loja	2 lojas	3 a 10 lojas	11 lojas ou mais	
só no município	91,1%	8,9%			100%
no Estado	63,4%	16,9%	16,9%	2,8%	100%
em vários Estados	44,7%	21,1%	28,9%	5,3%	100%
em todo Brasil	59,4%	18,8%	12,5%	9,4%	100%
Geral	65,9%	16,2%	13,5%	4,4%	100%

Base: 225

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



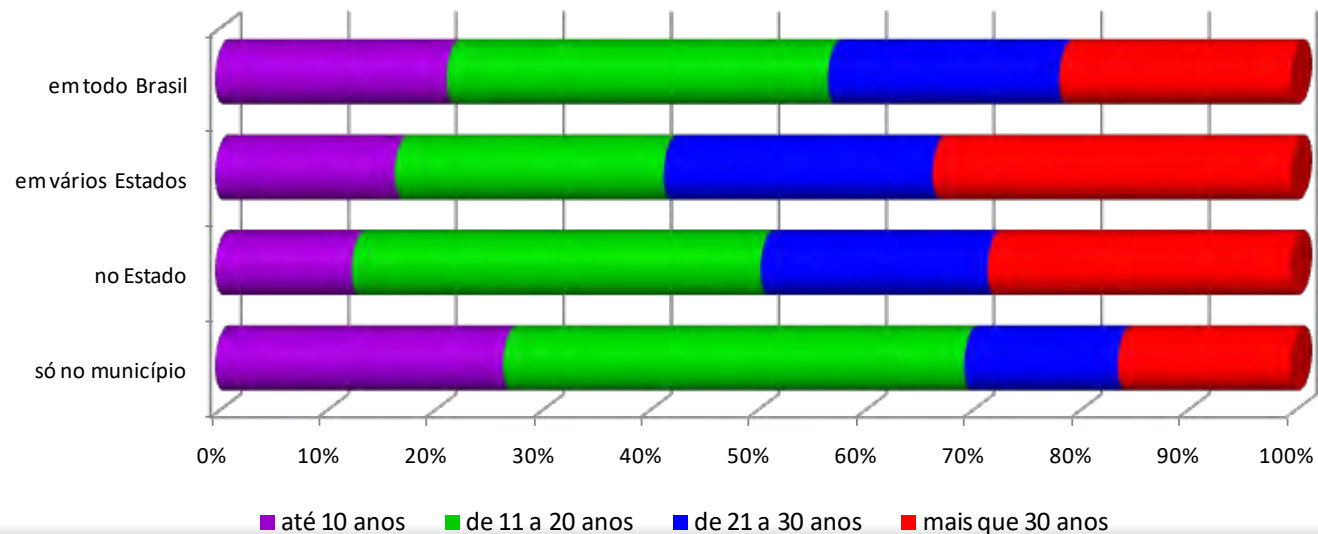
Prêmio ABREME – 2010

Região de Atuação x Tempo no Mercado Cruzamento

região de atuação	tempo no mercado por faixas				total*
	até 10 anos	de 11 a 20 anos	de 21 a 30 anos	mais que 30 anos	
só no município	26,8%	42,9%	14,3%	16,1%	100%
no Estado	12,7%	38,0%	21,1%	28,2%	100%
em vários Estados	16,7%	25,0%	25,0%	33,3%	100%
em todo Brasil	21,5%	35,4%	21,5%	21,5%	100%
Geral	19,3%	36,4%	20,2%	24,1%	100%

Base: 225

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



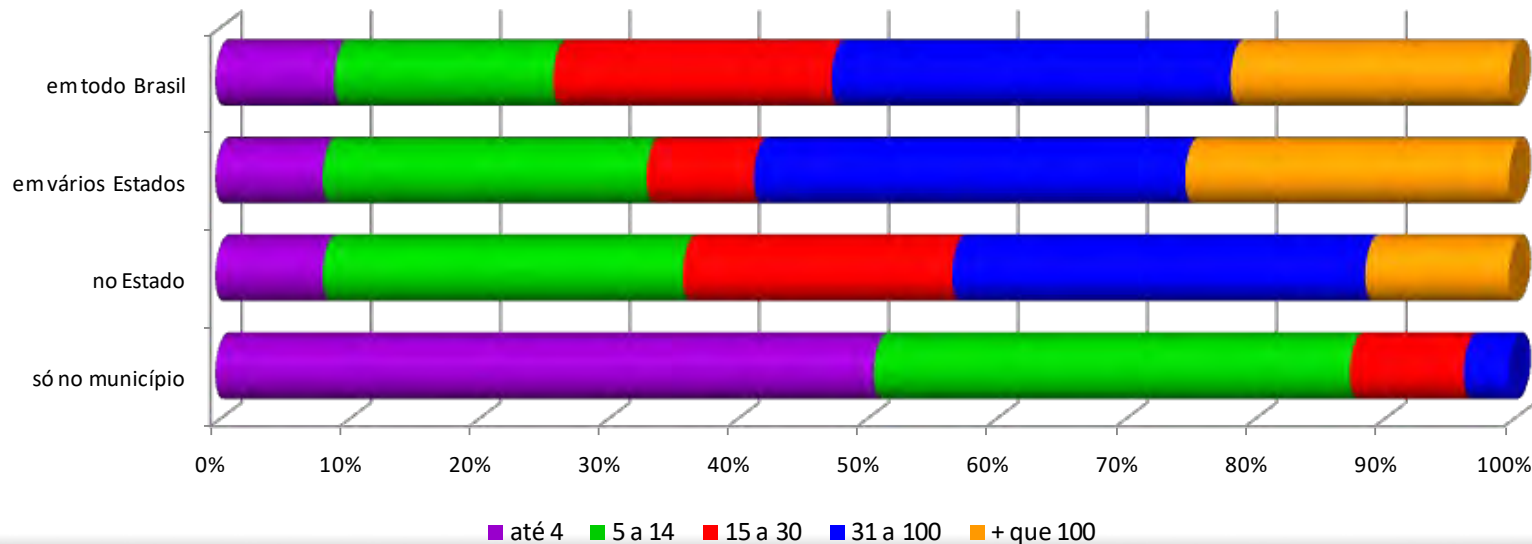
Prêmio ABREME – 2010

Região de Atuação x Número de Empregados Cruzamento

região de atuação	número de empregados por faixas					total*
	até 4	5 a 14	15 a 30	31 a 100	+ que 100	
só no município	50,9%	36,8%	8,8%	3,5%		100%
no Estado	8,3%	27,8%	20,8%	31,9%	11,1%	100%
em vários Estados	8,3%	25,0%	8,3%	33,3%	25,0%	100%
em todo Brasil	9,2%	16,9%	21,5%	30,8%	21,5%	100%
Geral	19,1%	26,5%	16,1%	24,8%	13,5%	100%

Base: 225

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



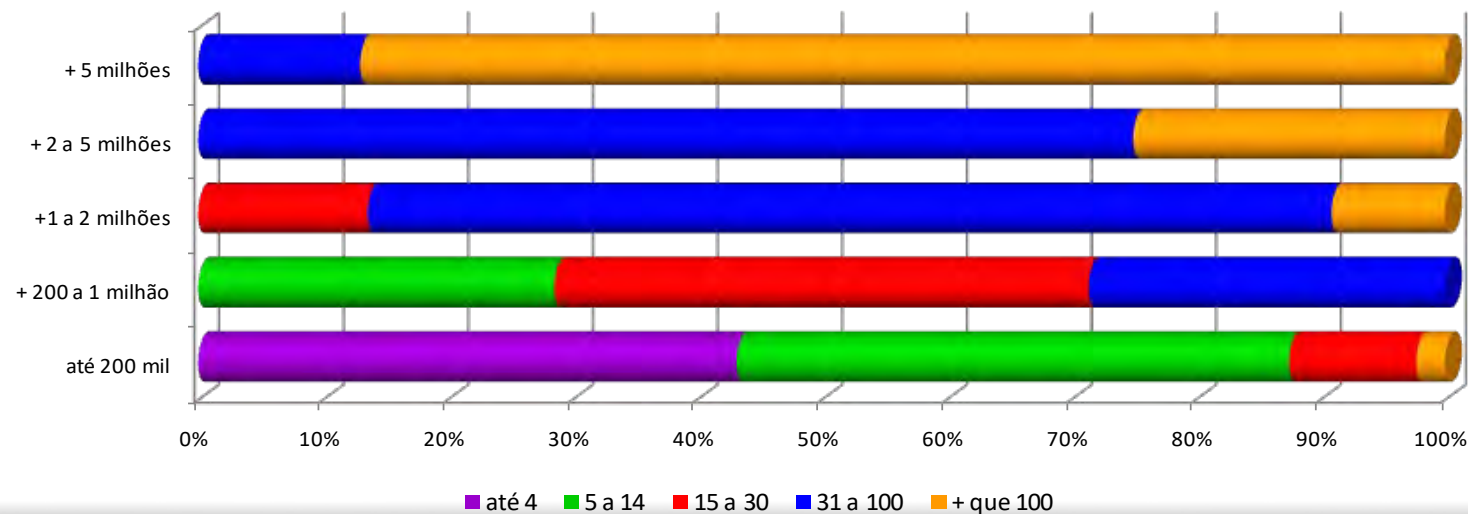
Prêmio ABREME – 2010

Faturamento Mensal x Número de Empregados Cruzamento

Faturamento Mensal	número de empregados por faixas					total*
	até 4	5 a 14	15 a 30	31 a 100	+ que 100	
até 200 mil	43,2%	44,3%	10,2%		2,3%	100%
+ 200 a 1 milhão		28,6%	42,9%	28,6%		100%
+1 a 2 milhões			13,6%	77,3%	9,1%	100%
+ 2 a 5 milhões				75,0%	25,0%	100%
+ 5 milhões				13,0%	87,0%	100%
Geral	19,5%	26,2%	15,4%	24,1%	14,9%	100%

Base: 192

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



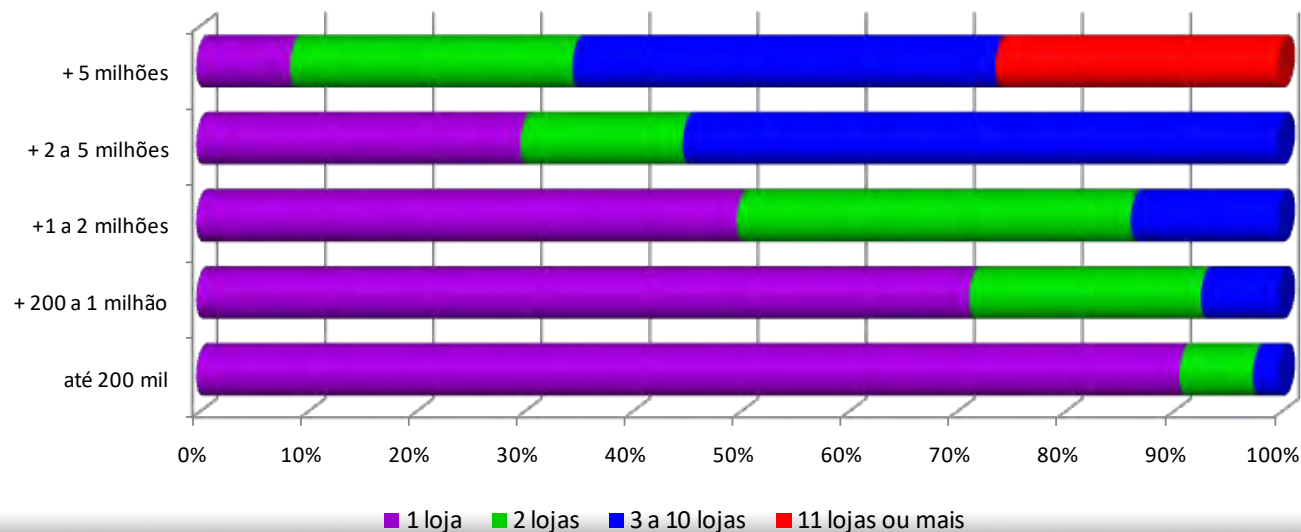
Prêmio ABREME – 2010

Faturamento Mensal x Número de Lojas Cruzamento

Faturamento Mensal	número de lojas por faixas				total*
	1 loja	2 lojas	3 a 10 lojas	11 lojas ou mais	
até 200 mil	90,9%	6,8%	2,3%		100%
+ 200 a 1 milhão	71,4%	21,4%	7,1%		100%
+ 1 a 2 milhões	50,0%	36,4%	13,6%		100%
+ 2 a 5 milhões	30,0%	15,0%	55,0%		100%
+ 5 milhões	8,7%	26,1%	39,1%	26,1%	100%
Geral	66,2%	16,4%	14,4%	3,1%	100%

Base: 192

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



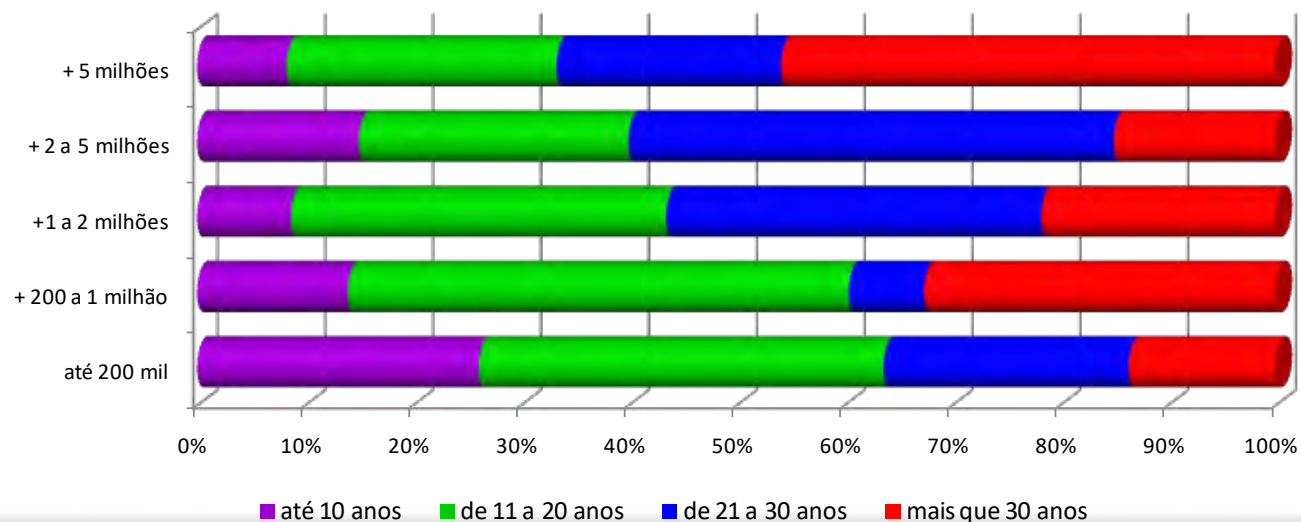
Prêmio ABREME – 2010

Faturamento Mensal x Tempo no Mercado Cruzamento

Faturamento Mensal	tempo no mercado por faixas				total*
	até 10 anos	de 11 a 20 anos	de 21 a 30 anos	mais que 30 anos	
até 200 mil	26,1%	37,5%	22,7%	13,6%	100%
+ 200 a 1 milhão	14,0%	46,5%	7,0%	32,6%	100%
+1 a 2 milhões	8,7%	34,8%	34,8%	21,7%	100%
+ 2 a 5 milhões	15,0%	25,0%	45,0%	15,0%	100%
+ 5 milhões	8,3%	25,0%	20,8%	45,8%	100%
Geral	18,2%	36,4%	22,7%	22,7%	100%

Base: 192

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



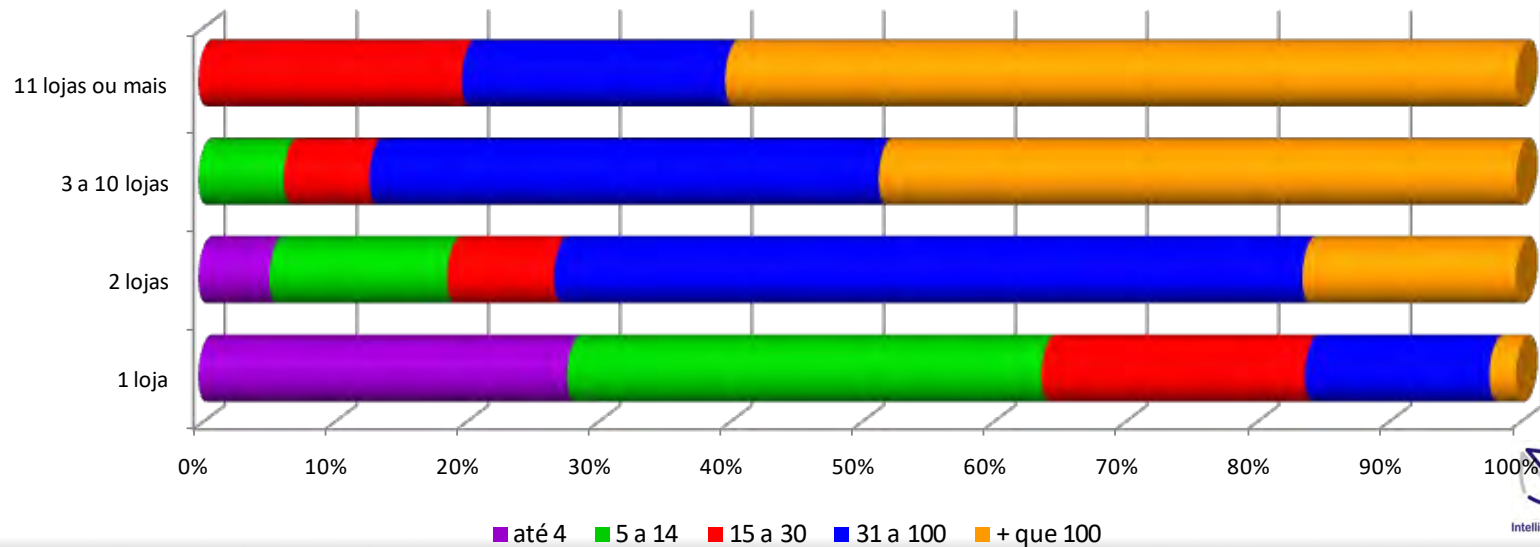
Prêmio ABREME – 2010

Número de Lojas x Número de Empregados Cruzamento

número de lojas	número de empregados por faixas					total*
	até 4	5 a 14	15 a 30	31 a 100	+ que 100	
1 loja	28,0%	36,0%	20,0%	14,0%	2,0%	100%
2 lojas	5,4%	13,5%	8,1%	56,8%	16,2%	100%
3 a 10 lojas	0,0%	6,5%	6,5%	38,7%	48,4%	100%
11 lojas ou mais			20,0%	20,0%	60,0%	100%
Geral	19,3%	26,8%	16,2%	24,6%	13,2%	100%

Base: 225

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



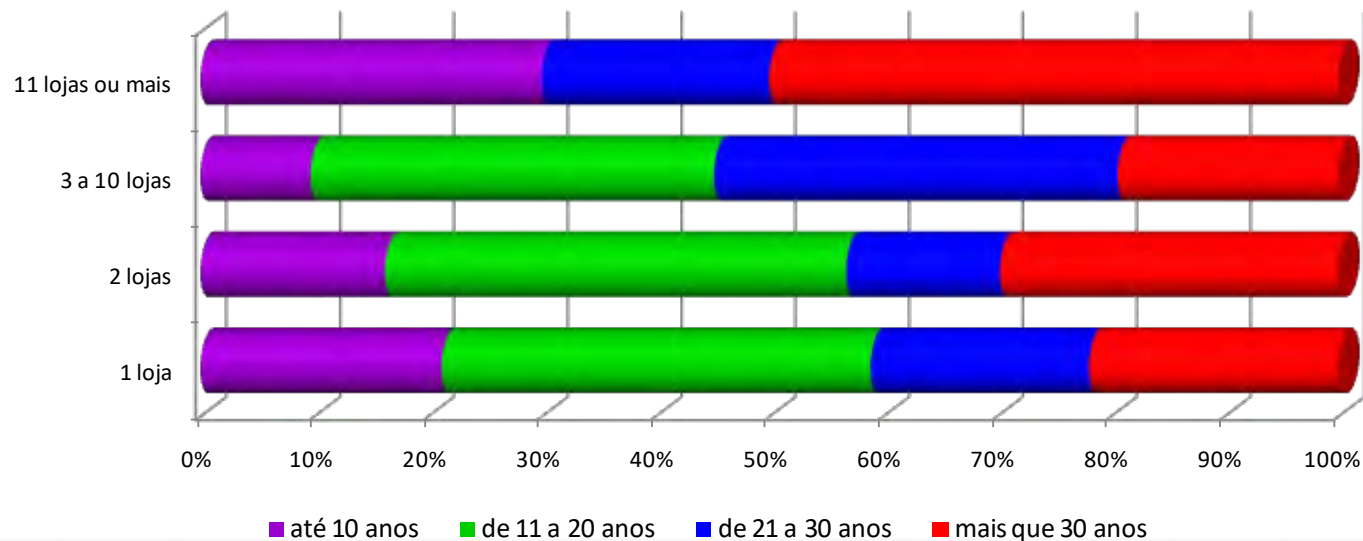
Prêmio ABREME – 2010

Número de Lojas x Tempo no Mercado Cruzamento

número de lojas	tempo no mercado por faixas				total*
	até 10 anos	de 11 a 20 anos	de 21 a 30 anos	mais que 30 anos	
1 loja	21,2%	37,7%	19,2%	21,9%	100%
2 lojas	16,2%	40,5%	13,5%	29,7%	100%
3 a 10 lojas	9,7%	35,5%	35,5%	19,4%	100%
11 lojas ou mais	30,0%	0,0%	20,0%	50,0%	100%
Geral	19,2%	36,2%	20,5%	24,0%	100%

Base: 225

* a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Cruzamentos por perfil

Cruzamentos

Evolução do Faturamento 2009 para 2010

Prêmio ABREME – 2010

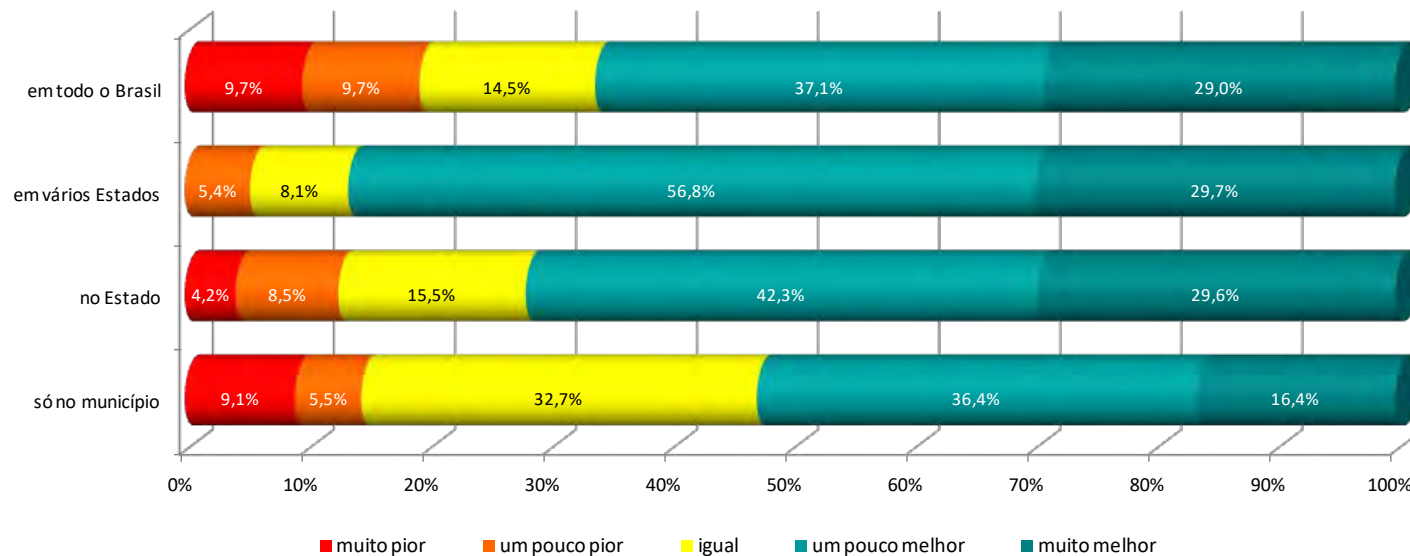
Evolução do Faturamento da Empresa Por região de atuação

Região de atuação	Evolução do faturamento em 2010 com relação a 2009 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
só no município	9,1%	5,5%	32,7%	36,4%	16,4%	14,6 %	32,7 %	52,8 %	100%
no Estado	4,2%	8,5%	15,5%	42,3%	29,6%	12,7 %	15,5 %	71,9 %	100%
em vários Estados		5,4%	8,1%	56,8%	29,7%	5,4 %	8,1 %	86,5 %	100%
em todo o Brasil	9,7%	9,7%	14,5%	37,1%	29,0%	19,4 %	14,5 %	66,1 %	100%
Geral	6,2%	7,6%	18,2%	41,8%	26,2%	13,8 %	18,2 %	68,0 %	100%

Base: 222

* Pergunta 8 : Como você compara 2010 em relação a 2009 quanto ao faturamento total de sua empresa?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

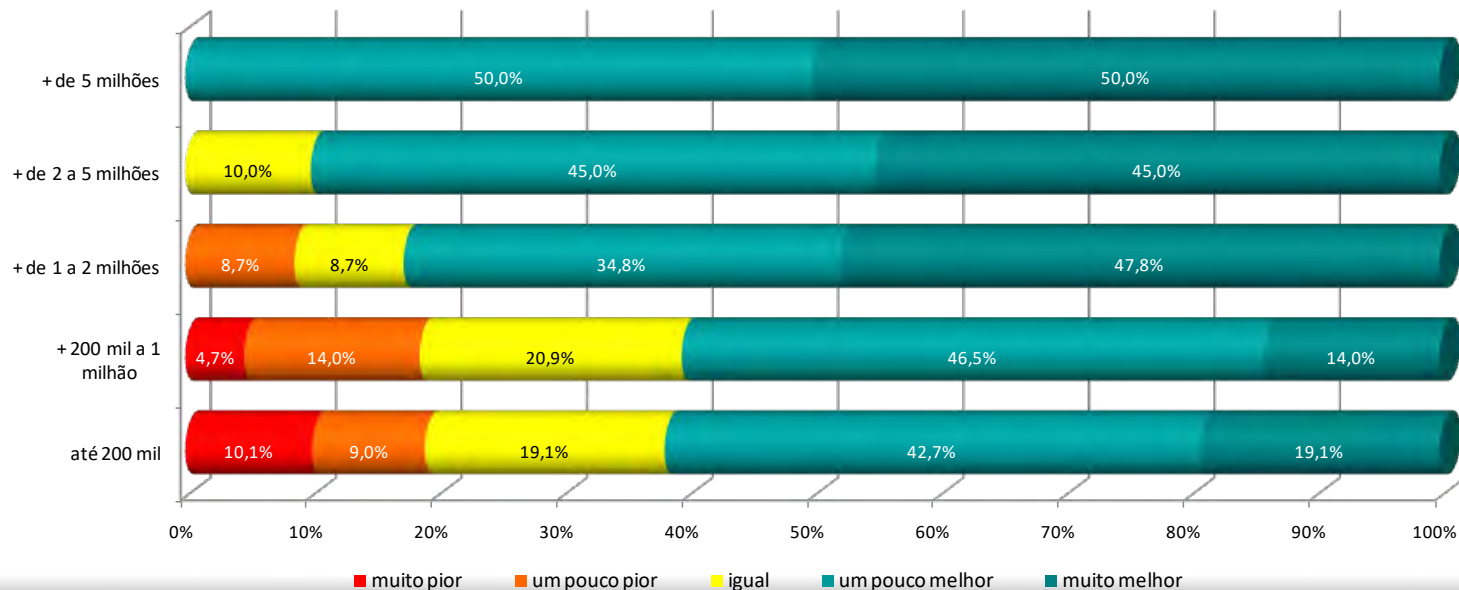
Evolução do Faturamento da Empresa Por faixa de faturamento mensal

Faturamento mensal	Evolução do faturamento em 2010 com relação a 2009 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 200 mil	10,1%	9,0%	19,1%	42,7%	19,1%	19,1 %	19,1 %	61,8 %	100%
+ 200 mil a 1 milhão	4,7%	14,0%	20,9%	46,5%	14,0%	18,7 %	20,9 %	60,5 %	100%
+ de 1 a 2 milhões		8,7%	8,7%	34,8%	47,8%	8,7 %	8,7 %	82,6 %	100%
+ de 2 a 5 milhões			10,0%	45,0%	45,0%	0,0 %	10,0 %	90,0 %	100%
+ de 5 milhões				50,0%	50,0%	0,0 %	0,0 %	100,0 %	100%
Geral	5,6%	8,1%	15,2%	43,7%	27,4%	13,7 %	15,2 %	71,1 %	100%

Base: 192

* Pergunta 8 : Como você compara 2010 em relação a 2009 quanto ao faturamento total de sua empresa?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

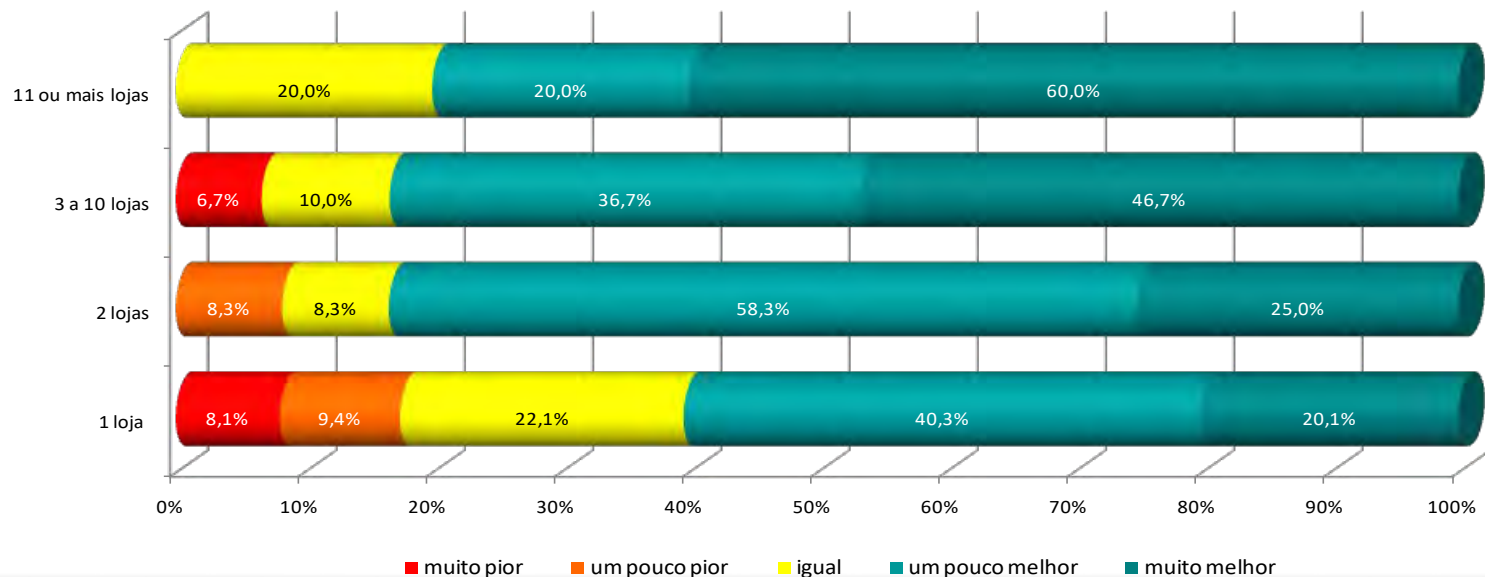
Evolução do Faturamento da Empresa Por número de lojas

número de lojas	Evolução do faturamento em 2010 com relação a 2009 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
1 loja	8,1%	9,4%	22,1%	40,3%	20,1%	17,5 %	22,1 %	60,4 %	100%
2 lojas		8,3%	8,3%	58,3%	25,0%	8,3 %	8,3 %	83,3 %	100%
3 a 10 lojas	6,7%		10,0%	36,7%	46,7%	6,7 %	10,0 %	83,4 %	100%
11 ou mais lojas			20,0%	20,0%	60,0%	0,0 %	20,0 %	80,0 %	100%
Geral	6,2%	7,6%	18,2%	41,8%	26,2%	13,8 %	18,2 %	68,0 %	100%

Base: 222

* Pergunta 8 : Como você compara 2010 em relação a 2009 quanto ao faturamento total de sua empresa?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

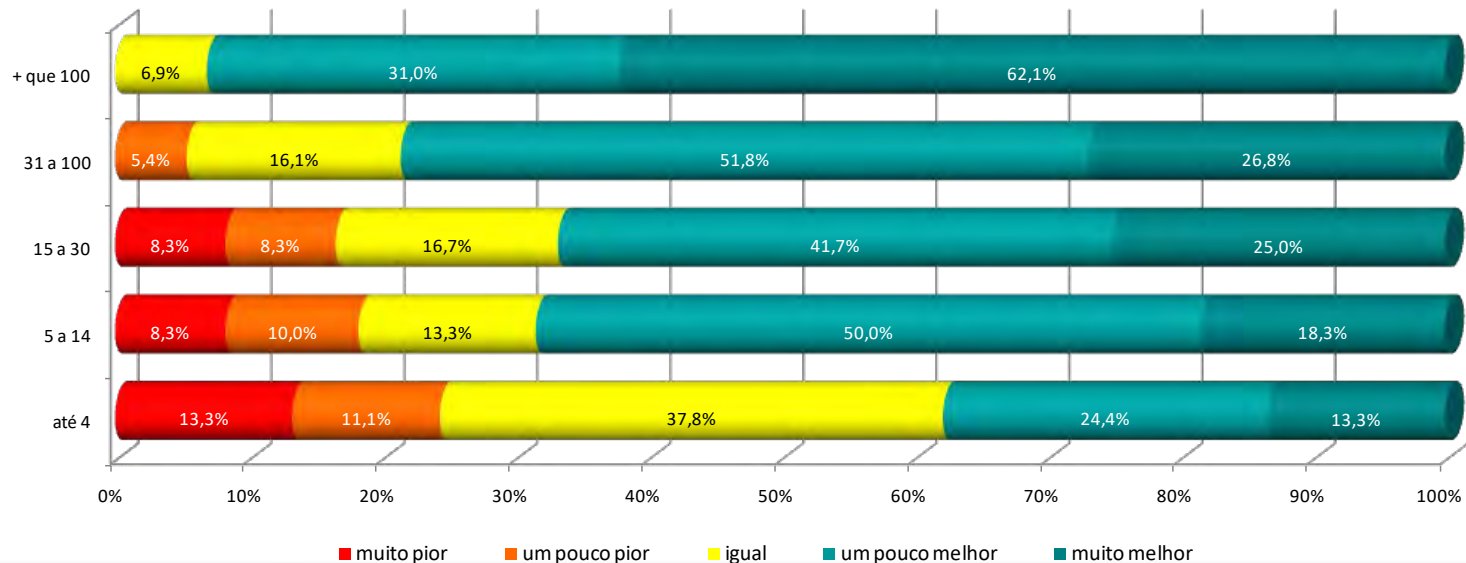
Evolução do Faturamento da Empresa Por número de empregados

número de empregados	Evolução do faturamento em 2010 com relação a 2009 *					avaliação			total* **
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 4	13,3%	11,1%	37,8%	24,4%	13,3%	24,4 %	37,8 %	37,7 %	100%
5 a 14	8,3%	10,0%	13,3%	50,0%	18,3%	18,3 %	13,3 %	68,3 %	100%
15 a 30	8,3%	8,3%	16,7%	41,7%	25,0%	16,6 %	16,7 %	66,7 %	100%
31 a 100		5,4%	16,1%	51,8%	26,8%	5,4 %	16,1 %	78,6 %	100%
+ que 100			6,9%	31,0%	62,1%	0,0 %	6,9 %	93,1 %	100%
Geral	6,2%	7,5%	18,6%	41,6%	26,1%	13,7 %	18,6 %	67,7 %	100%

Base: 222

* Pergunta 8 : Como você compara 2010 em relação a 2009 quanto ao faturamento total de sua empresa?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

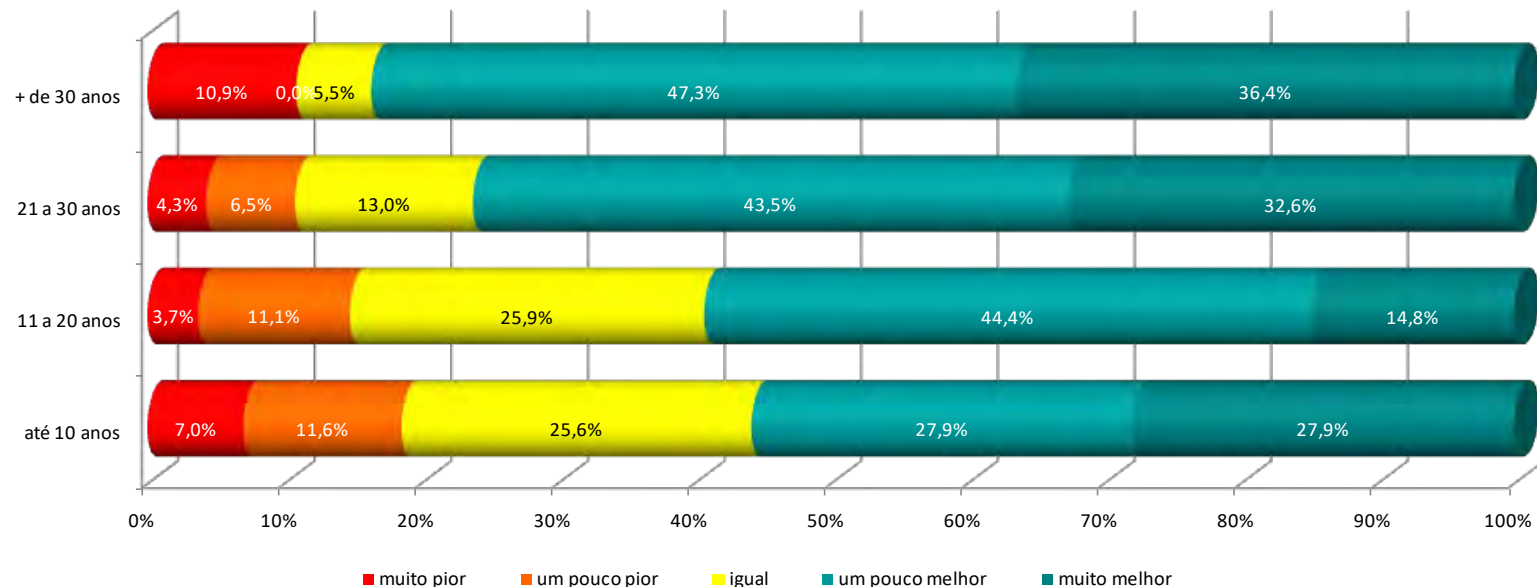
Evolução do Faturamento da Empresa Por tempo da empresa no mercado

Tempo da empresa no mercado	Evolução do faturamento em 2010 com relação a 2009 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 10 anos	7,0%	11,6%	25,6%	27,9%	27,9%	18,6 %	25,6 %	55,8 %	100%
11 a 20 anos	3,7%	11,1%	25,9%	44,4%	14,8%	14,8 %	25,9 %	59,2 %	100%
21 a 30 anos	4,3%	6,5%	13,0%	43,5%	32,6%	10,8 %	13,0 %	76,1 %	100%
+ de 30 anos	10,9%	0,0%	5,5%	47,3%	36,4%	10,9 %	5,5 %	83,7 %	100%
Geral	6,2%	7,6%	18,2%	41,8%	26,2%	13,8 %	18,2 %	68,0 %	100%

Base: 222

* Pergunta 8 : Como você compara 2010 em relação a 2009 quanto ao faturamento total de sua empresa?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

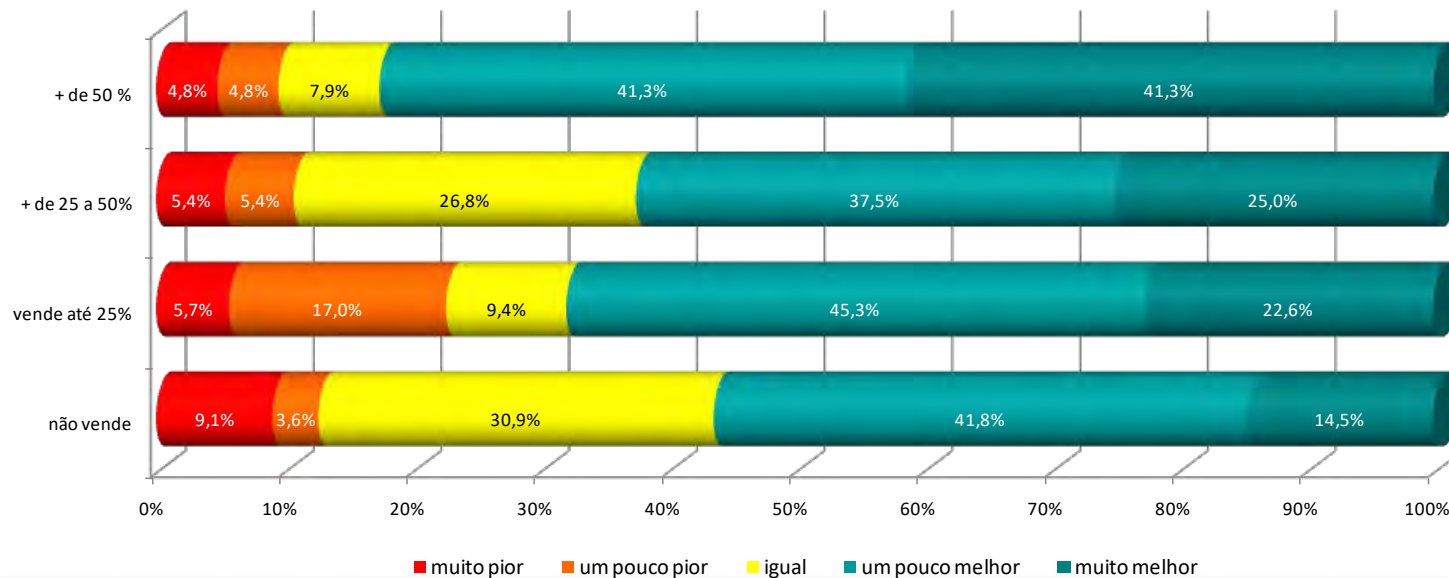
Evolução do Faturamento da Empresa Por % de venda para indústria

% de venda para indústria	Evolução do faturamento em 2010 com relação a 2009 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	9,1%	3,6%	30,9%	41,8%	14,5%	12,7 %	30,9 %	56,3 %	100%
vende até 25%	5,7%	17,0%	9,4%	45,3%	22,6%	22,7 %	9,4 %	67,9 %	100%
+ de 25 a 50%	5,4%	5,4%	26,8%	37,5%	25,0%	10,8 %	26,8 %	62,5 %	100%
+ de 50 %	4,8%	4,8%	7,9%	41,3%	41,3%	9,6 %	7,9 %	82,6 %	100%
Geral	6,2%	7,5%	18,5%	41,4%	26,4%	13,7 %	18,5 %	67,8 %	100%

Base: 222

* Pergunta 8 : Como você compara 2010 em relação a 2009 quanto ao faturamento total de sua empresa?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

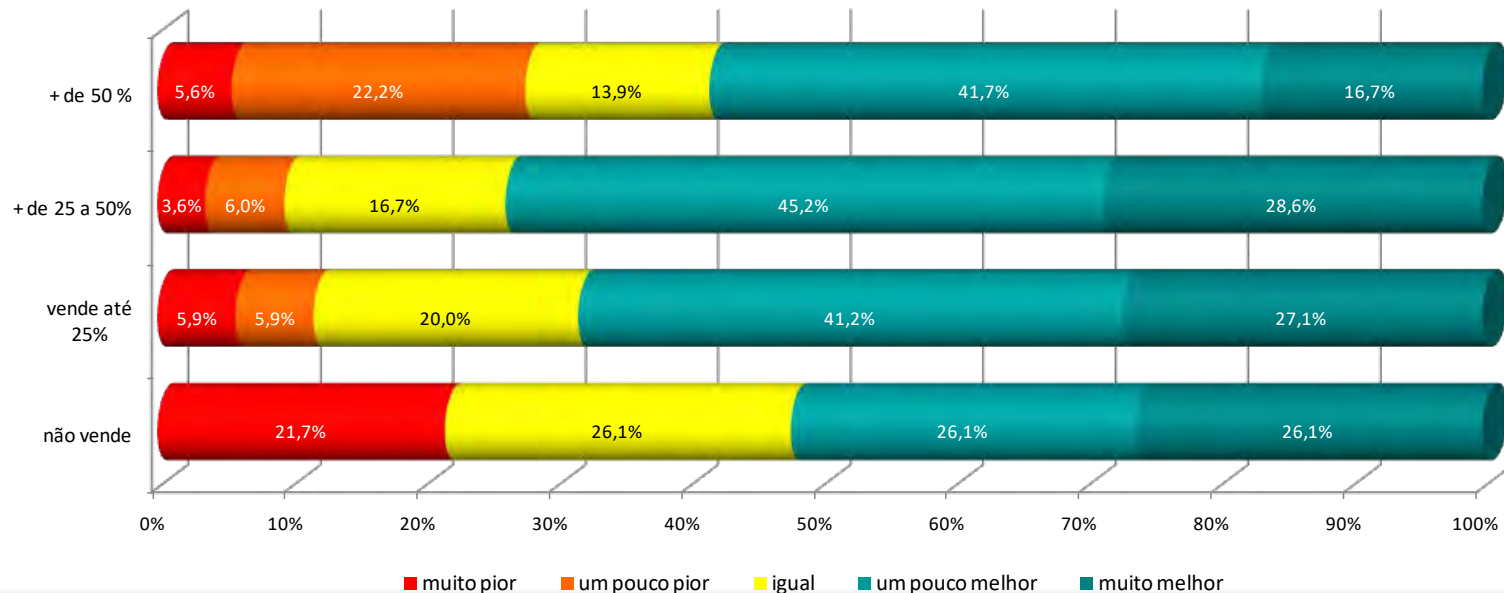
Evolução do Faturamento da Empresa Por % de venda para instaladores

% de venda para instaladores	Evolução do faturamento em 2010 com relação a 2009 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	21,7%		26,1%	26,1%	26,1%	21,7 %	26,1 %	52,2 %	100%
vende até 25%	5,9%	5,9%	20,0%	41,2%	27,1%	11,8 %	20,0 %	68,3 %	100%
+ de 25 a 50%	3,6%	6,0%	16,7%	45,2%	28,6%	9,6 %	16,7 %	73,8 %	100%
+ de 50 %	5,6%	22,2%	13,9%	41,7%	16,7%	27,8 %	13,9 %	58,4 %	100%
Geral	6,6%	7,9%	18,4%	41,2%	25,9%	14,5 %	18,4 %	67,1 %	100%

Base: 222

* Pergunta 8 : Como você compara 2010 em relação a 2009 quanto ao faturamento total de sua empresa?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

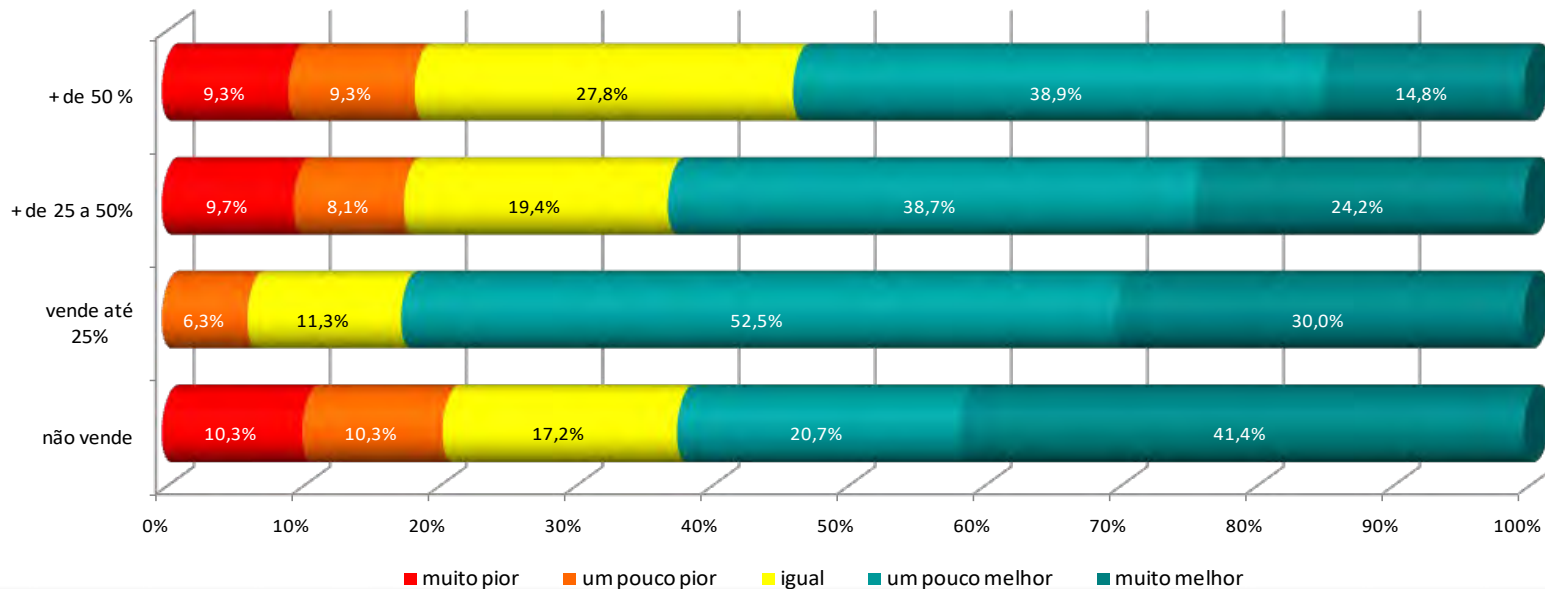
Evolução do Faturamento da Empresa Por % de venda para consumidor final

% de venda para consumidor final	Evolução do faturamento em 2010 com relação a 2009 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	10,3%	10,3%	17,2%	20,7%	41,4%	20,6 %	17,2 %	62,1 %	100%
vende até 25%		6,3%	11,3%	52,5%	30,0%	6,3 %	11,3 %	82,5 %	100%
+ de 25 a 50%	9,7%	8,1%	19,4%	38,7%	24,2%	17,8 %	19,4 %	62,9 %	100%
+ de 50 %	9,3%	9,3%	27,8%	38,9%	14,8%	18,6 %	27,8 %	53,7 %	100%
Geral	6,2%	8,0%	18,2%	41,3%	26,2%	14,2 %	18,2 %	67,5 %	100%

Base: 222

* Pergunta 8 : Como você compara 2010 em relação a 2009 quanto ao faturamento total de sua empresa?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Cruzamentos

Expectativa do Faturamento 2010 para 2011

Prêmio ABREME – 2010

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

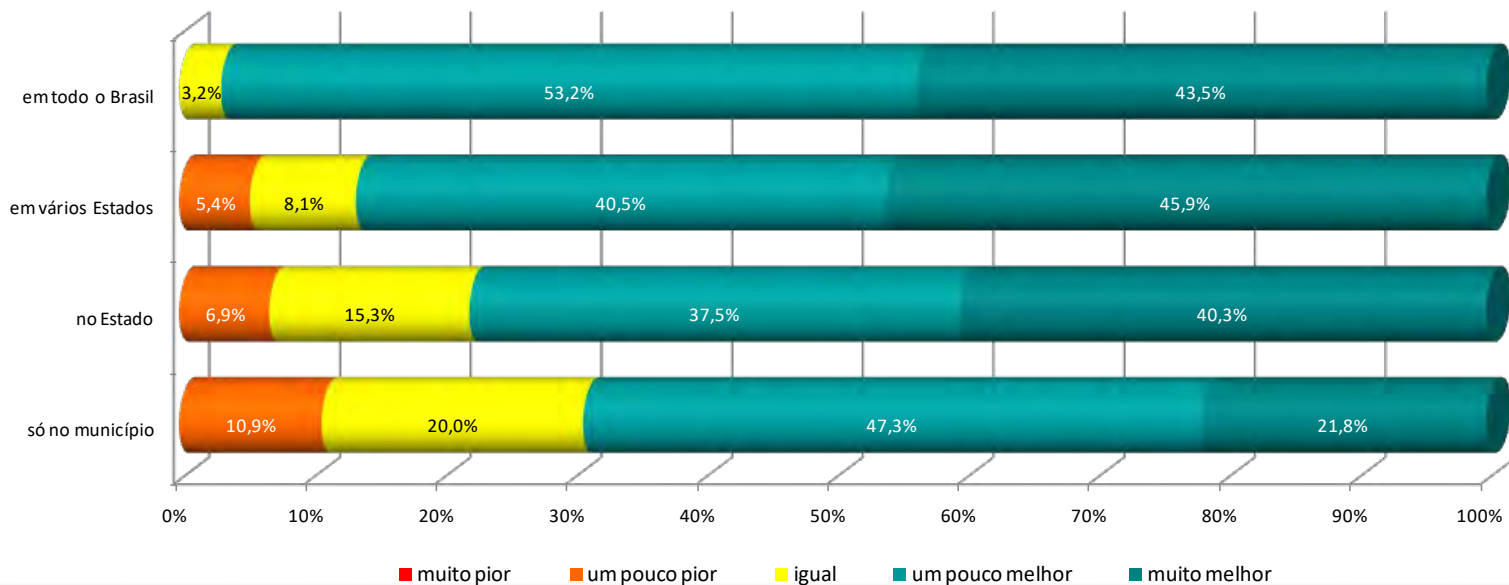
Por região de atuação

Região de atuação	Expectativa do faturamento para 2011 em relação a 2010 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
só no município		10,9%	20,0%	47,3%	21,8%	10,9 %	20,0 %	69,1 %	100%
no Estado		6,9%	15,3%	37,5%	40,3%	6,9 %	15,3 %	77,8 %	100%
em vários Estados		5,4%	8,1%	40,5%	45,9%	5,4 %	8,1 %	86,4 %	100%
em todo o Brasil			3,2%	53,2%	43,5%	0,0 %	3,2 %	96,7 %	100%
Geral		5,8%	11,9%	44,7%	37,6%	5,8 %	11,9 %	82,3 %	100%

Base: 222

* Pergunta 9 : Qual a sua expectativa com relação ao faturamento de 2011 em relação a 2009?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

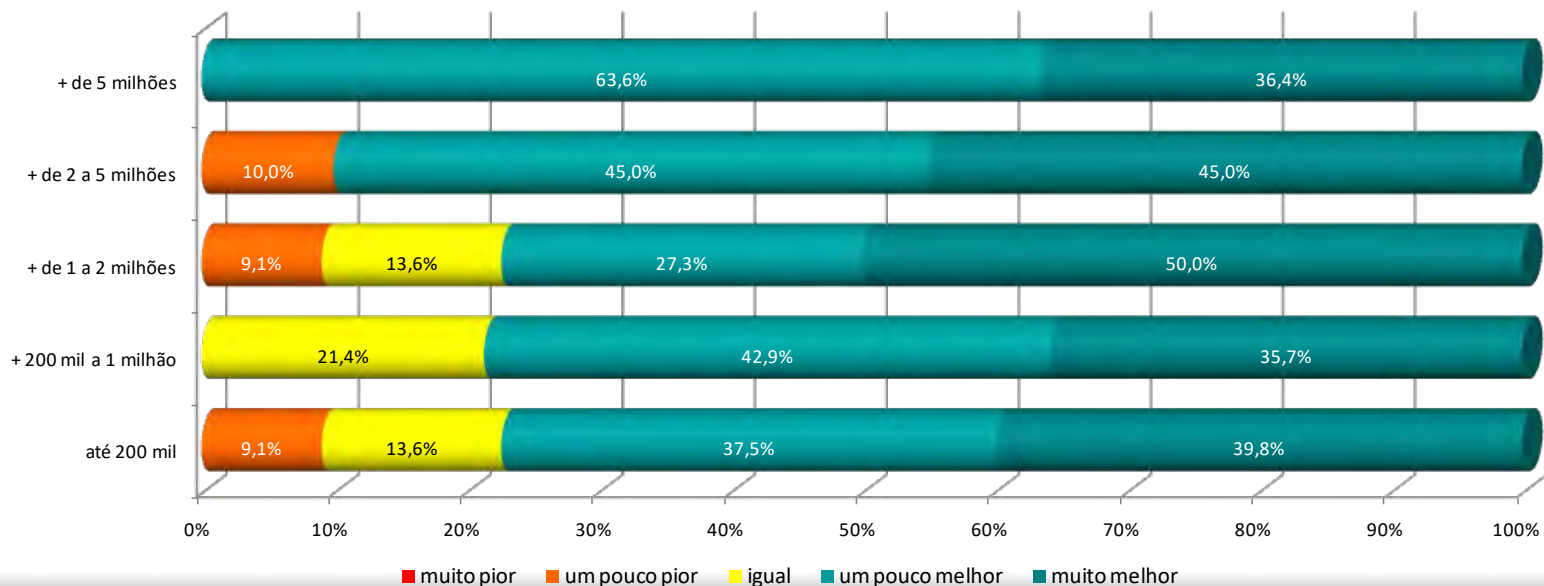
Por faixa de faturamento mensal

Faturamento mensal	Expectativa do faturamento para 2011 em relação a 2010 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 200 mil		9,1%	13,6%	37,5%	39,8%	9,1 %	13,6 %	77,3 %	100%
+ 200 mil a 1 milhão			21,4%	42,9%	35,7%	0,0 %	21,4 %	78,6 %	100%
+ de 1 a 2 milhões		9,1%	13,6%	27,3%	50,0%	9,1 %	13,6 %	77,3 %	100%
+ de 2 a 5 milhões		10,0%		45,0%	45,0%	10,0 %	0,0 %	90,0 %	100%
+ de 5 milhões				63,6%	36,4%	0,0 %	0,0 %	100,0 %	100%
Geral	6,2%	12,4%	41,2%	40,2%		18,6 %	41,2 %	40,2 %	100%

Base: 192

* Pergunta 9 : Qual a sua expectativa com relação ao faturamento de 2011 em relação a 2009?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

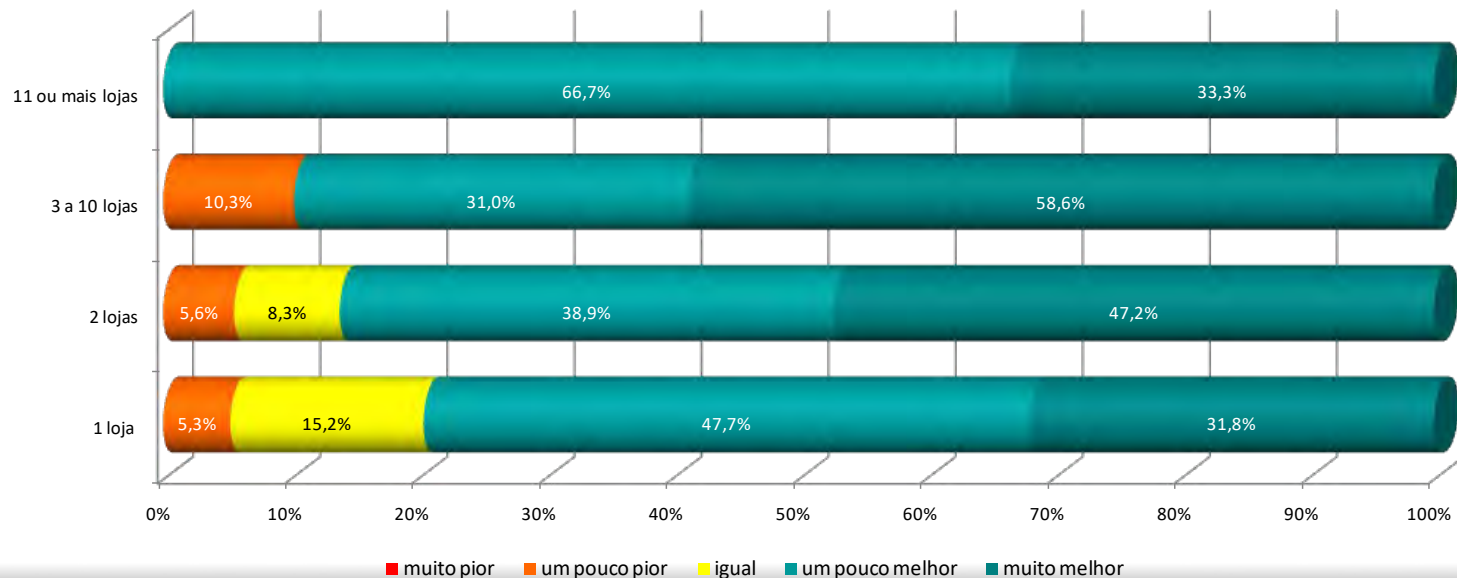
Por número de lojas

número de lojas	Expectativa do faturamento para 2011 em relação a 2010 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
1 loja		5,3%	15,2%	47,7%	31,8%	5,3%	15,2%	79,5%	100%
2 lojas		5,6%	8,3%	38,9%	47,2%	5,6%	8,3%	86,1%	100%
3 a 10 lojas		10,3%		31,0%	58,6%	10,3%	0,0%	89,6%	100%
11 ou mais lojas				66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%	100%
Geral		5,8%	11,6%	44,9%	37,8%	5,8%	11,6%	82,7%	100%

Base: 222

* Pergunta 9 : Qual a sua expectativa com relação ao faturamento de 2011 em relação a 2009?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

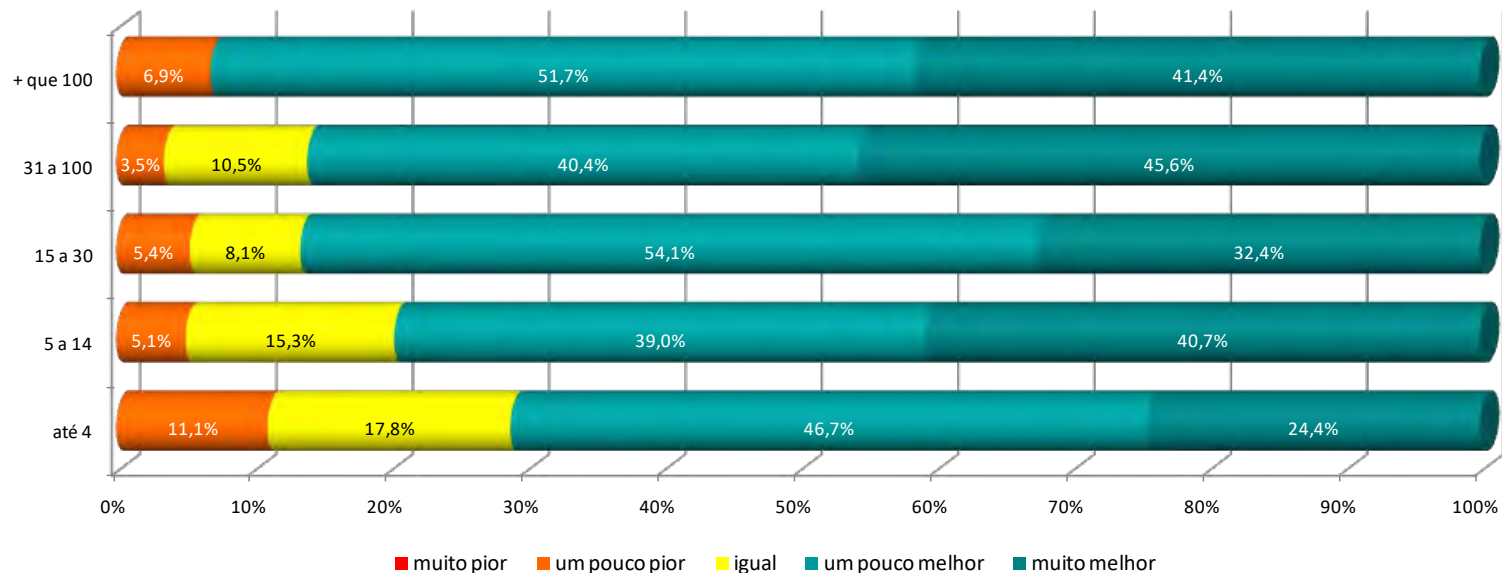
Por número de empregados

número de empregados	Expectativa do faturamento para 2011 em relação a 2010 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 4		11,1%	17,8%	46,7%	24,4%	11,1 %	17,8 %	71,1 %	100%
5 a 14		5,1%	15,3%	39,0%	40,7%	5,1 %	15,3 %	79,7 %	100%
15 a 30		5,4%	8,1%	54,1%	32,4%	5,4 %	8,1 %	86,5 %	100%
31 a 100		3,5%	10,5%	40,4%	45,6%	3,5 %	10,5 %	86,0 %	100%
+ que 100		6,9%		51,7%	41,4%	6,9 %	0,0 %	93,1 %	100%
Geral		6,2%	11,5%	44,9%	37,4%	6,2 %	11,5 %	82,3 %	100%

Base: 222

* Pergunta 9 : Qual a sua expectativa com relação ao faturamento de 2011 em relação a 2009?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

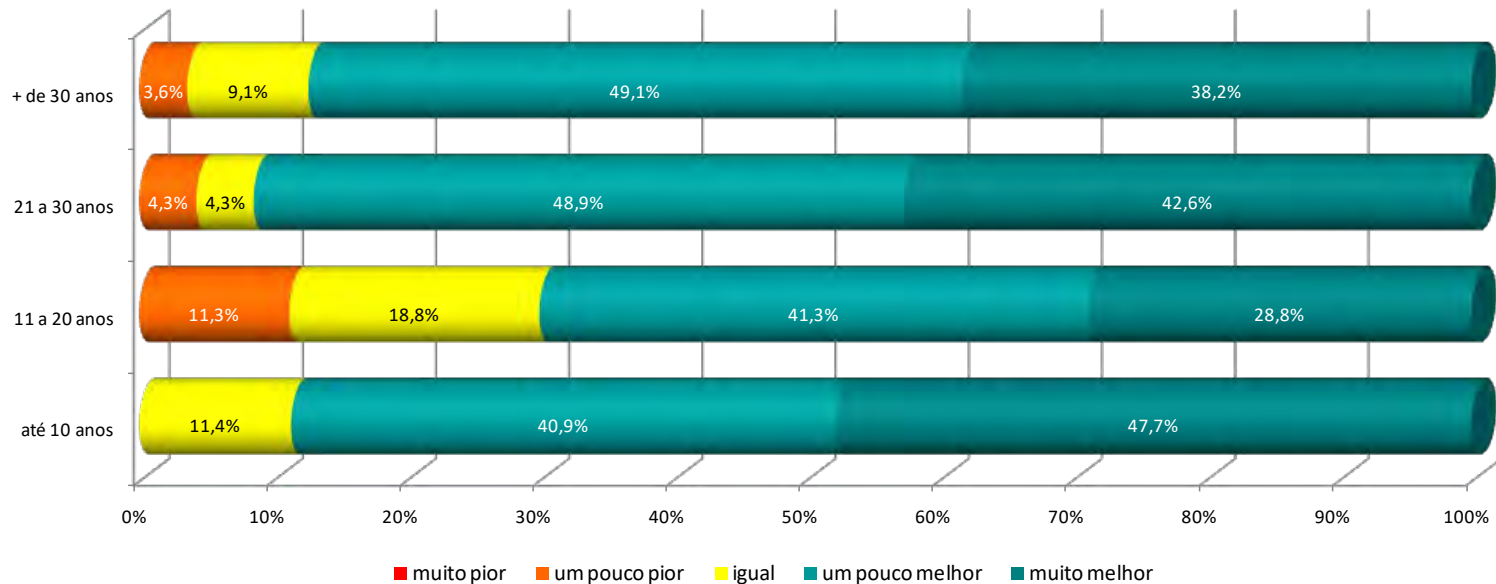
Por tempo da empresa no mercado

Tempo da empresa no mercado	Expectativa do faturamento para 2011 em relação a 2010 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 10 anos			11,4%	40,9%	47,7%	0,0%	11,4%	88,6%	100%
11 a 20 anos		11,3%	18,8%	41,3%	28,8%	11,3%	18,8%	70,1%	100%
21 a 30 anos		4,3%	4,3%	48,9%	42,6%	4,3%	4,3%	91,5%	100%
+ de 30 anos		3,6%	9,1%	49,1%	38,2%	3,6%	9,1%	87,3%	100%
Geral		5,8%	11,9%	44,7%	37,6%	5,8%	11,9%	82,3%	100%

Base: 222

* Pergunta 9 : Qual a sua expectativa com relação ao faturamento de 2011 em relação a 2009?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

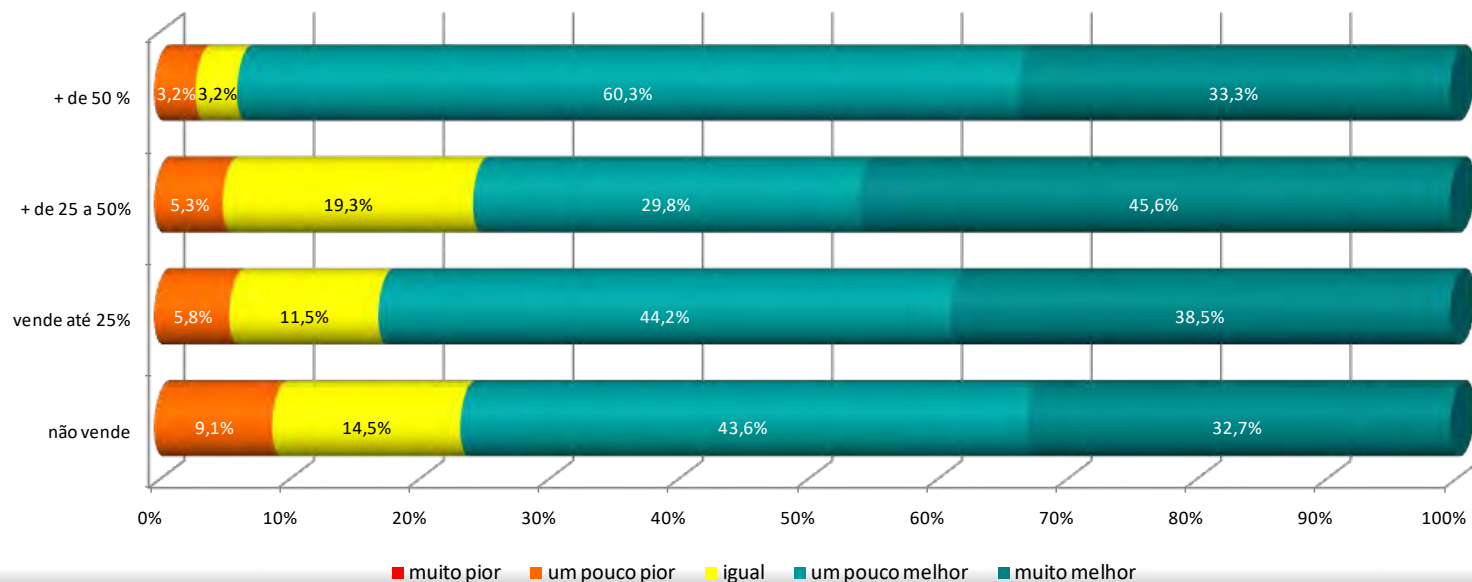
Por % de venda para indústria

% de venda para indústria	Expectativa do faturamento para 2011 em relação a 2010 *					avaliação			total* *
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende		9,1%	14,5%	43,6%	32,7%	9,1 %	14,5 %	76,3 %	100%
vende até 25%		5,8%	11,5%	44,2%	38,5%	5,8 %	11,5 %	82,7 %	100%
+ de 25 a 50%		5,3%	19,3%	29,8%	45,6%	5,3 %	19,3 %	75,4 %	100%
+ de 50 %		3,2%	3,2%	60,3%	33,3%	3,2 %	3,2 %	93,6 %	100%
Geral		5,7%	11,9%	44,9%	37,4%	5,7 %	11,9 %	82,3 %	100%

Base: 222

* Pergunta 9 : Qual a sua expectativa com relação ao faturamento de 2011 em relação a 2009?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

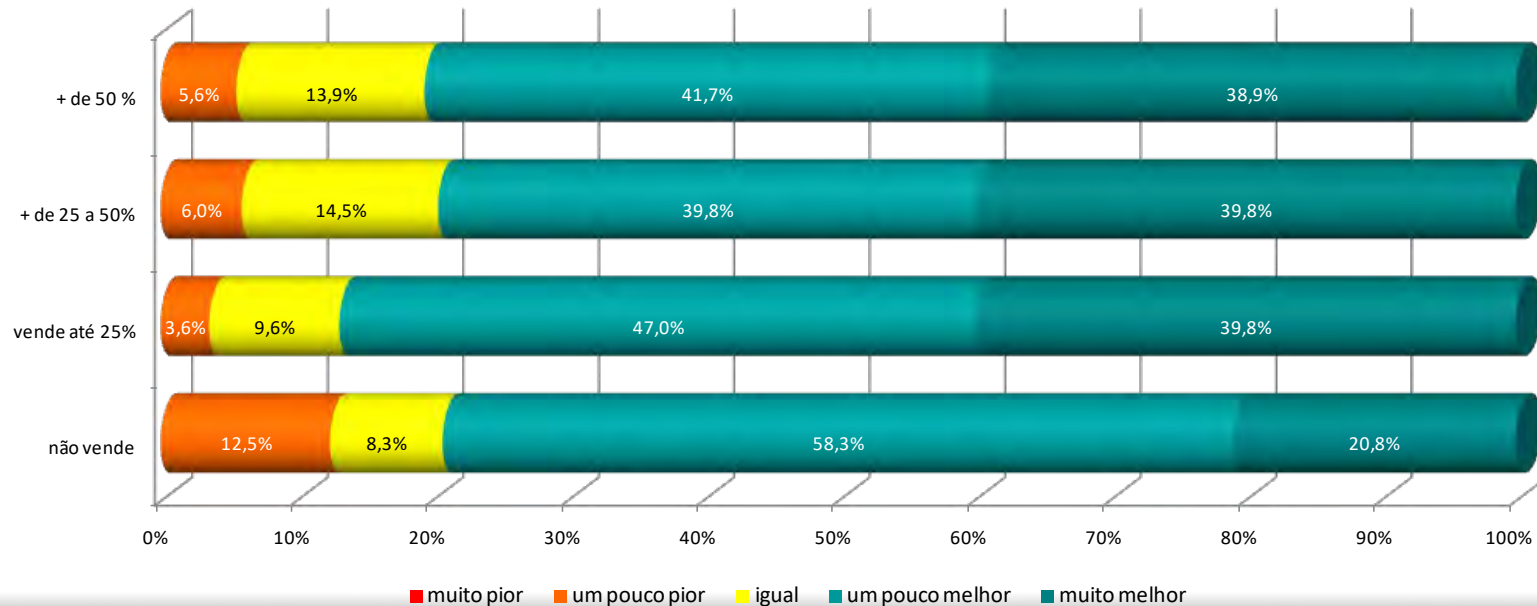
Por % de venda para instaladores

% de venda para instaladores	Expectativa do faturamento para 2011 em relação a 2010 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende		12,5%	8,3%	58,3%	20,8%	12,5 %	8,3 %	79,1 %	100%
vende até 25%		3,6%	9,6%	47,0%	39,8%	3,6 %	9,6 %	86,8 %	100%
+ de 25 a 50%		6,0%	14,5%	39,8%	39,8%	6,0 %	14,5 %	79,6 %	100%
+ de 50 %		5,6%	13,9%	41,7%	38,9%	5,6 %	13,9 %	80,6 %	100%
Geral		5,8%	11,9%	44,7%	37,6%	5,8 %	11,9 %	82,3 %	100%

Base: 222

* Pergunta 9 : Qual a sua expectativa com relação ao faturamento de 2011 em relação a 2009?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

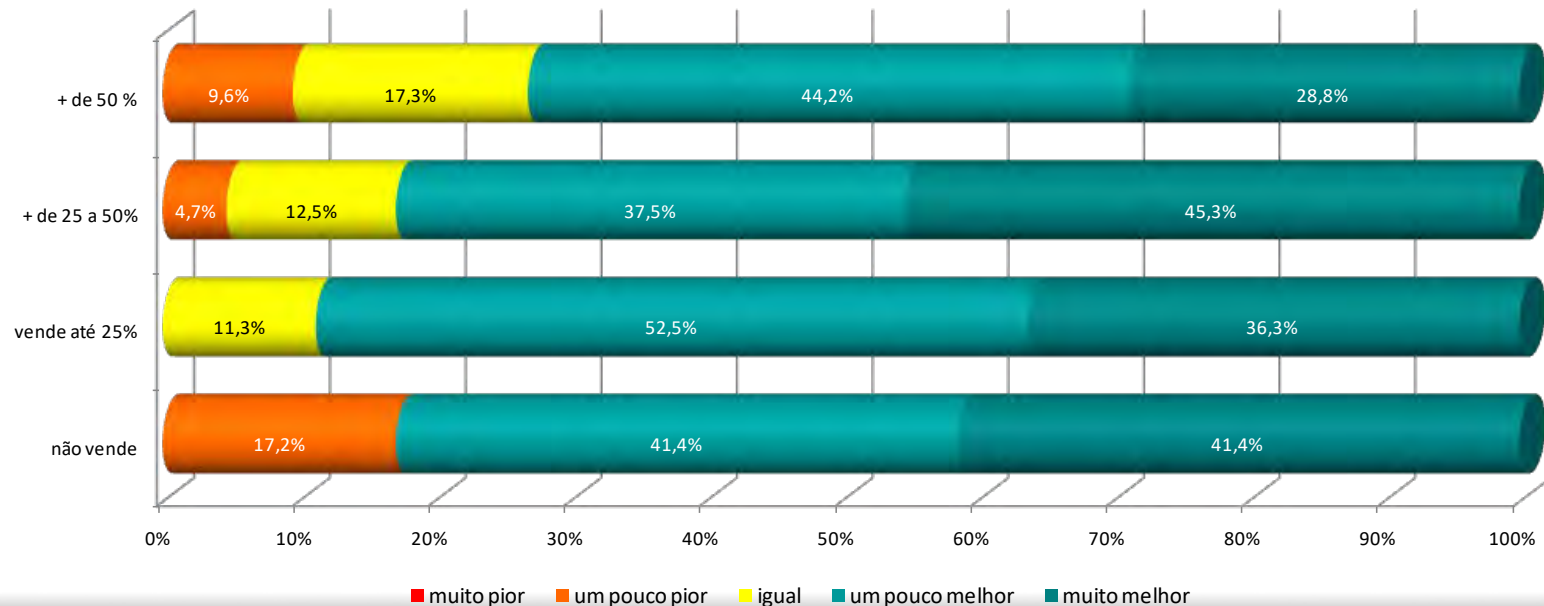
Por % de venda para consumidor final

% de venda para consumidor final	Expectativa do faturamento para 2011 em relação a 2010 *					avaliação			total**
	muito pior	um pouco pior	igual	um pouco melhor	muito melhor	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende		17,2%		41,4%	41,4%	17,2 %	0,0 %	82,8 %	100%
vende até 25%			11,3%	52,5%	36,3%	0,0 %	11,3 %	88,8 %	100%
+ de 25 a 50%		4,7%	12,5%	37,5%	45,3%	4,7 %	12,5 %	82,8 %	100%
+ de 50 %		9,6%	17,3%	44,2%	28,8%	9,6 %	17,3 %	73,0 %	100%
Geral		5,8%	11,6%	44,9%	37,8%	5,8 %	11,6 %	82,7 %	100%

Base: 222

* Pergunta 9 : Qual a sua expectativa com relação ao faturamento de 2011 em relação a 2009?

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Cruzamentos

Avaliação do Impacto

Obtenção e Custo do Crédito

Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

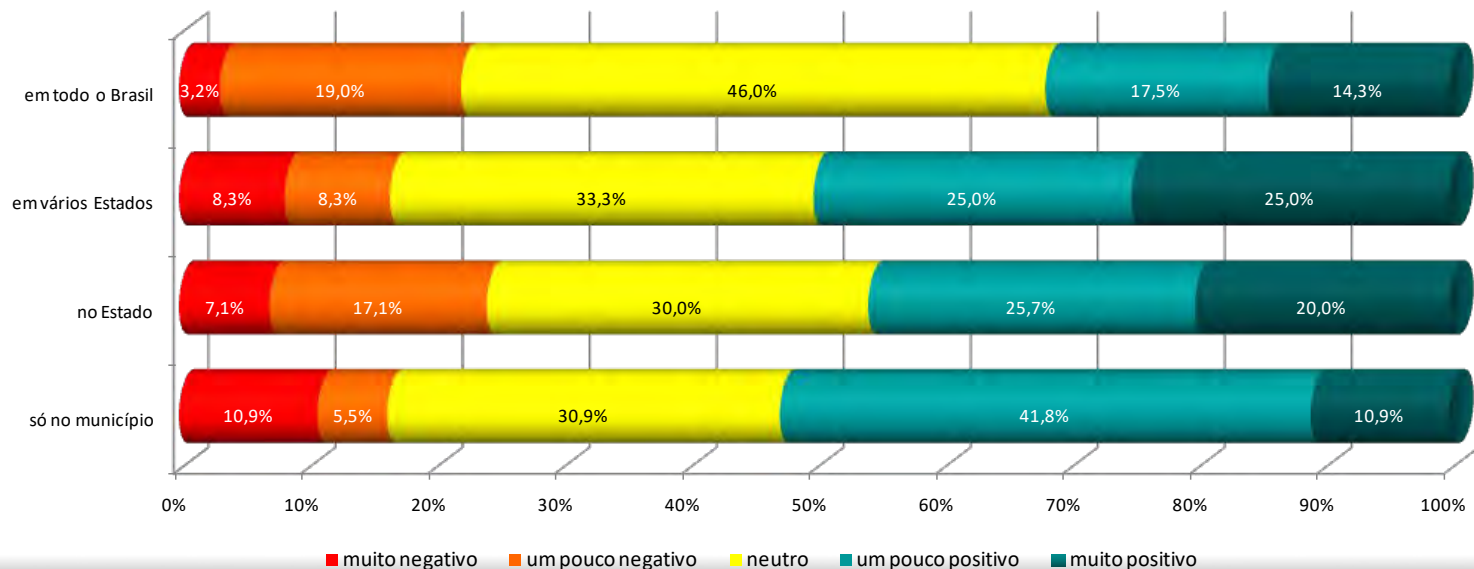
Por região de atuação

Região de atuação	Impacto da dificuldade de obtenção / custo do crédito					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
só no município	10,9%	5,5%	30,9%	41,8%	10,9%	16,4 %	30,9 %	52,7 %	100%
no Estado	7,1%	17,1%	30,0%	25,7%	20,0%	24,2 %	30,0 %	45,7 %	100%
em vários Estados	8,3%	8,3%	33,3%	25,0%	25,0%	16,6 %	33,3 %	50,0 %	100%
em todo o Brasil	3,2%	19,0%	46,0%	17,5%	14,3%	22,2 %	46,0 %	31,8 %	100%
Geral	7,1%	13,4%	35,3%	27,2%	17,0%	20,5 %	35,3 %	44,2 %	100%

Base: 220

* Pergunta 10a : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / custo do crédito.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

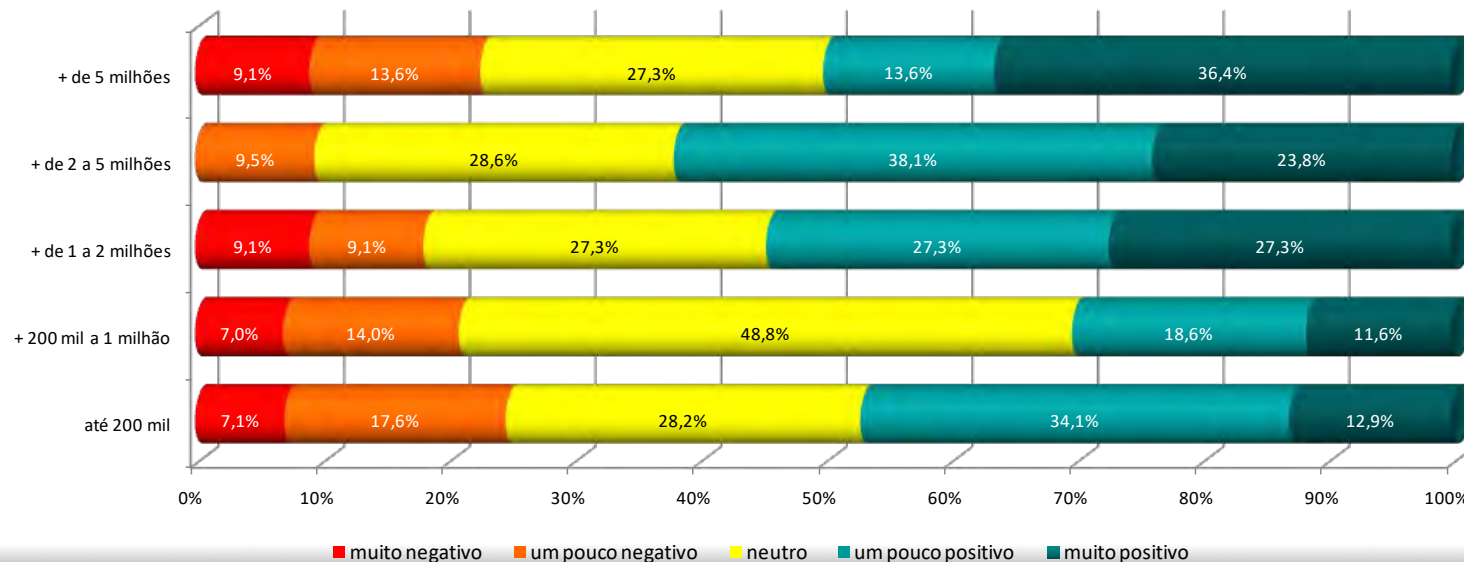
Por faixa de faturamento mensal

Faturamento mensal	Impacto da dificuldade de obtenção / custo do crédito					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 200 mil	7,1%	17,6%	28,2%	34,1%	12,9%	24,7 %	28,2 %	47,0 %	100%
+ 200 mil a 1 milhão	7,0%	14,0%	48,8%	18,6%	11,6%	21,0 %	48,8 %	30,2 %	100%
+ de 1 a 2 milhões	9,1%	9,1%	27,3%	27,3%	27,3%	18,2 %	27,3 %	54,6 %	100%
+ de 2 a 5 milhões		9,5%	28,6%	38,1%	23,8%	9,5 %	28,6 %	61,9 %	100%
+ de 5 milhões	9,1%	13,6%	27,3%	13,6%	36,4%	22,7 %	27,3 %	50,0 %	100%
Geral	6,7%	14,5%	32,6%	28,0%	18,1%	21,2 %	32,6 %	46,1 %	100%

Base: 188

* Pergunta 10a : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / custo do crédito.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

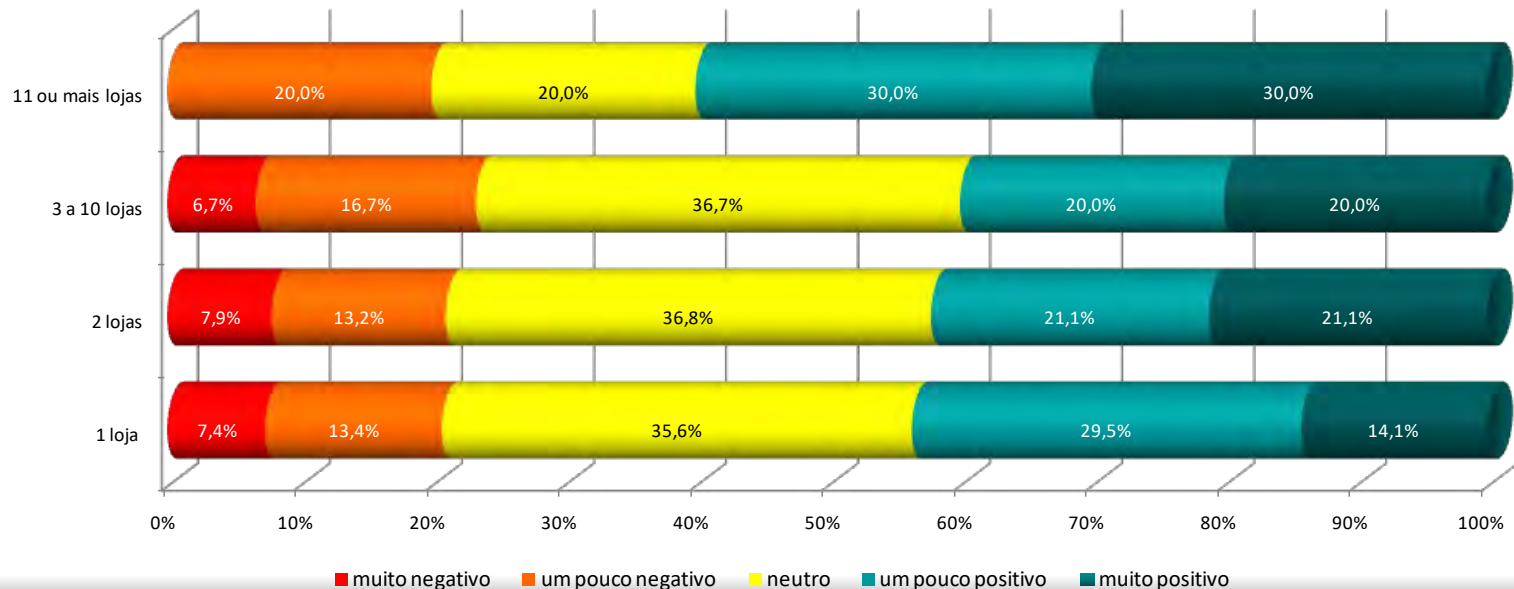
Por número de lojas

número de lojas	Impacto da dificuldade de obtenção / custo do crédito					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
1 loja	7,4%	13,4%	35,6%	29,5%	14,1%	20,8 %	35,6 %	43,6 %	100%
2 lojas	7,9%	13,2%	36,8%	21,1%	21,1%	21,1 %	36,8 %	42,2 %	100%
3 a 10 lojas	6,7%	16,7%	36,7%	20,0%	20,0%	23,4 %	36,7 %	40,0 %	100%
11 ou mais lojas		20,0%	20,0%	30,0%	30,0%	20,0 %	20,0 %	60,0 %	100%
Geral	7,0%	14,1%	35,2%	26,9%	16,7%	21,1 %	35,2 %	43,6 %	100%

Base: 220

* Pergunta 10a : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / custo do crédito.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

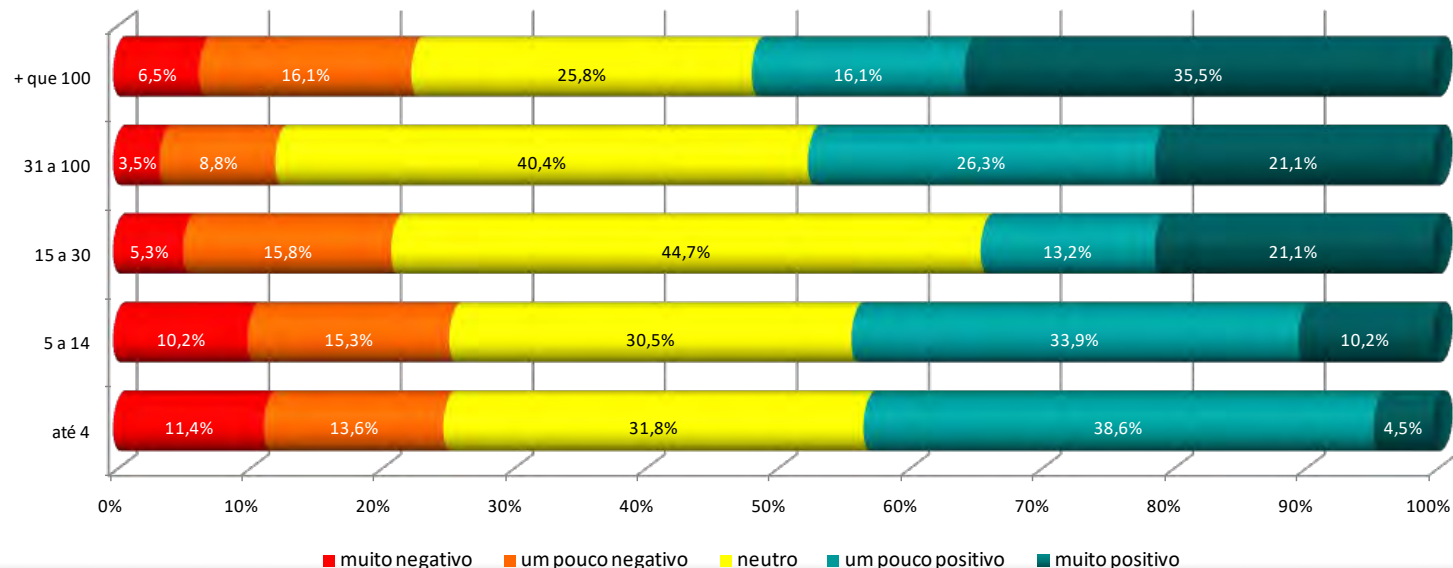
Por número de empregados

número de empregados	Impacto da dificuldade de obtenção / custo do crédito					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 4	11,4%	13,6%	31,8%	38,6%	4,5%	25,0%	31,8%	43,1%	100%
5 a 14	10,2%	15,3%	30,5%	33,9%	10,2%	25,5%	30,5%	44,1%	100%
15 a 30	5,3%	15,8%	44,7%	13,2%	21,1%	21,1%	44,7%	34,3%	100%
31 a 100	3,5%	8,8%	40,4%	26,3%	21,1%	12,3%	40,4%	47,4%	100%
+ que 100	6,5%	16,1%	25,8%	16,1%	35,5%	22,6%	25,8%	51,6%	100%
Geral	7,4%	13,5%	34,9%	27,1%	17,0%	20,9%	34,9%	44,1%	100%

Base: 220

* Pergunta 10a : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / custo do crédito.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

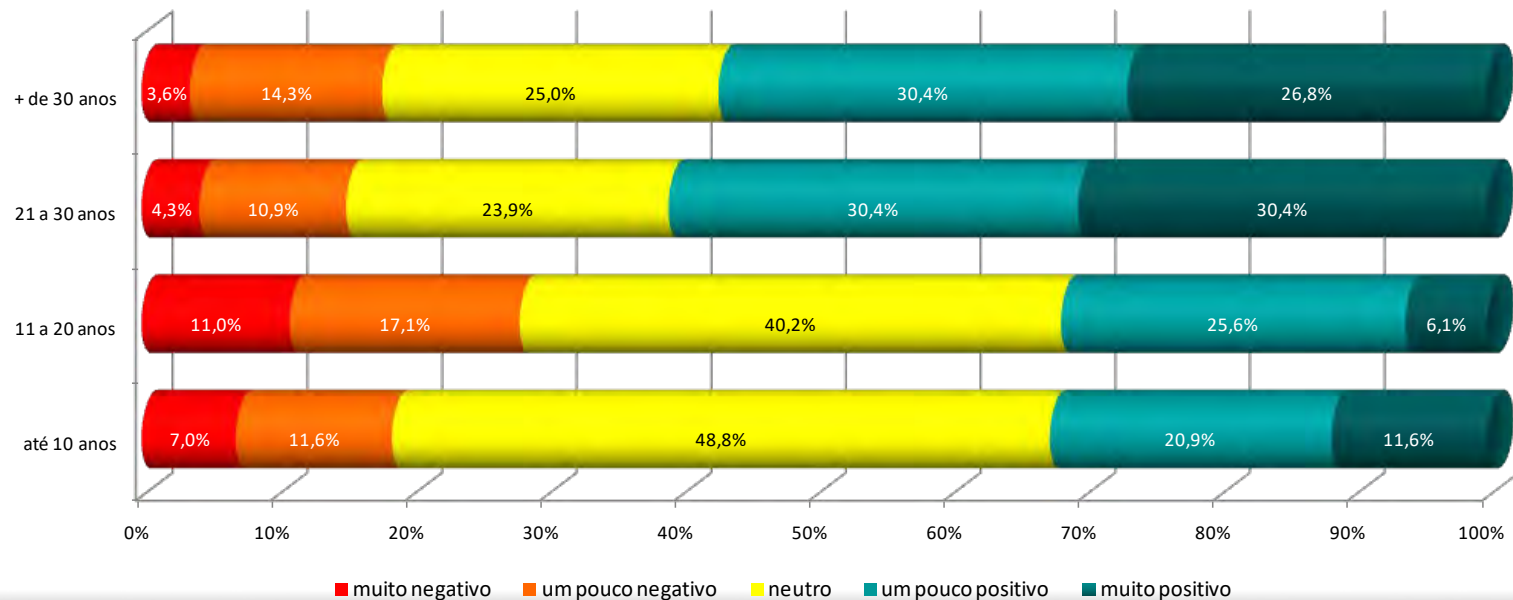
Por tempo da empresa no mercado

Tempo da empresa no mercado	Impacto da dificuldade de obtenção / custo do crédito					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 10 anos	7,0%	11,6%	48,8%	20,9%	11,6%	18,6 %	48,8 %	32,5 %	100%
11 a 20 anos	11,0%	17,1%	40,2%	25,6%	6,1%	28,1 %	40,2 %	31,7 %	100%
21 a 30 anos	4,3%	10,9%	23,9%	30,4%	30,4%	15,2 %	23,9 %	60,8 %	100%
+ de 30 anos	3,6%	14,3%	25,0%	30,4%	26,8%	17,9 %	25,0 %	57,2 %	100%
Geral	7,0%	14,1%	34,8%	26,9%	17,2%	21,1 %	34,8 %	44,1 %	100%

Base: 220

* Pergunta 10a : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / custo do crédito.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

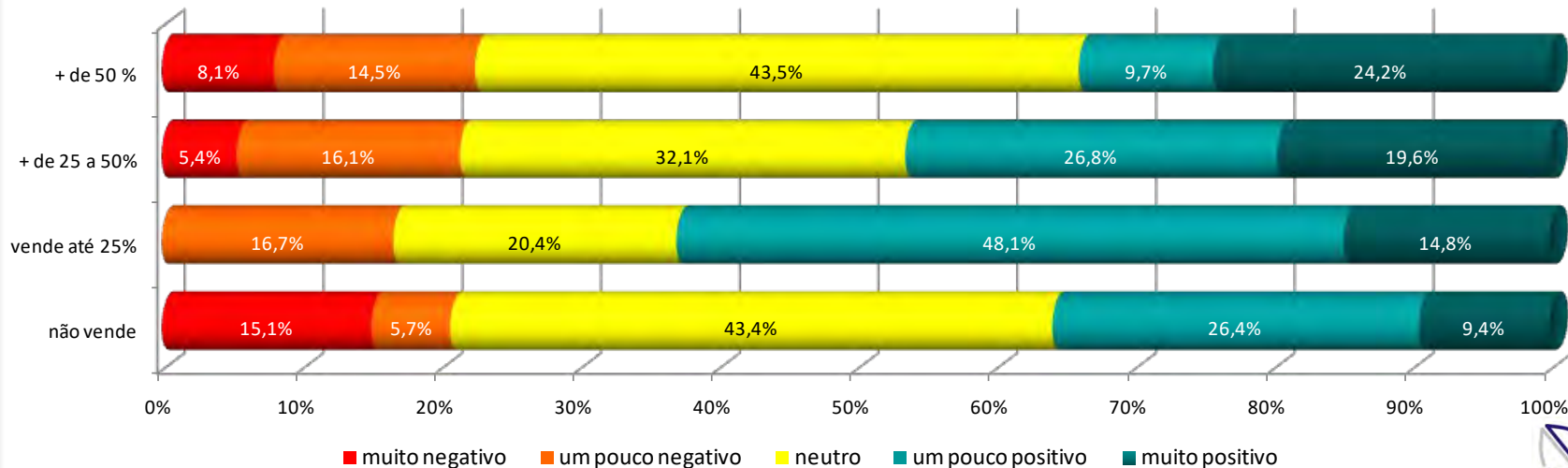
Por % de venda para indústria

% de venda para indústria	Impacto da dificuldade de obtenção / custo do crédito					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	15,1%	5,7%	43,4%	26,4%	9,4%	20,8 %	43,4 %	35,8 %	100%
vende até 25%		16,7%	20,4%	48,1%	14,8%	16,7 %	20,4 %	62,9 %	100%
+ de 25 a 50%	5,4%	16,1%	32,1%	26,8%	19,6%	21,5 %	32,1 %	46,4 %	100%
+ de 50 %	8,1%	14,5%	43,5%	9,7%	24,2%	22,6 %	43,5 %	33,9 %	100%
Geral	7,1%	13,3%	35,1%	27,1%	17,3%	20,4 %	35,1 %	44,4 %	100%

Base: 220

* Pergunta 10a : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / custo do crédito.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

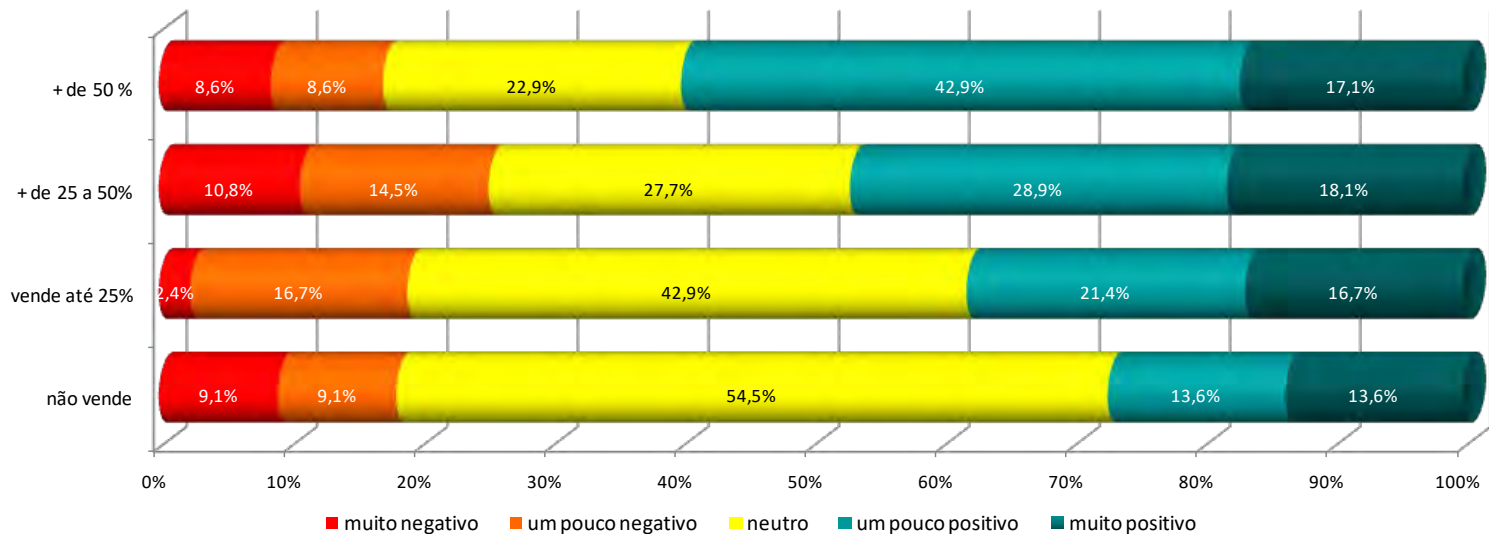
Por % de venda para instaladores

% de venda para instaladores	Impacto da dificuldade de obtenção / custo do crédito					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	9,1%	9,1%	54,5%	13,6%	13,6%	18,2 %	54,5 %	27,2 %	100%
vende até 25%	2,4%	16,7%	42,9%	21,4%	16,7%	19,1 %	42,9 %	38,1 %	100%
+ de 25 a 50%	10,8%	14,5%	27,7%	28,9%	18,1%	25,3 %	27,7 %	47,0 %	100%
+ de 50 %	8,6%	8,6%	22,9%	42,9%	17,1%	17,2 %	22,9 %	60,0 %	100%
Geral	7,1%	13,8%	35,3%	26,8%	17,0%	20,9 %	35,3 %	43,8 %	100%

Base: 220

* Pergunta 10a : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / custo do crédito.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

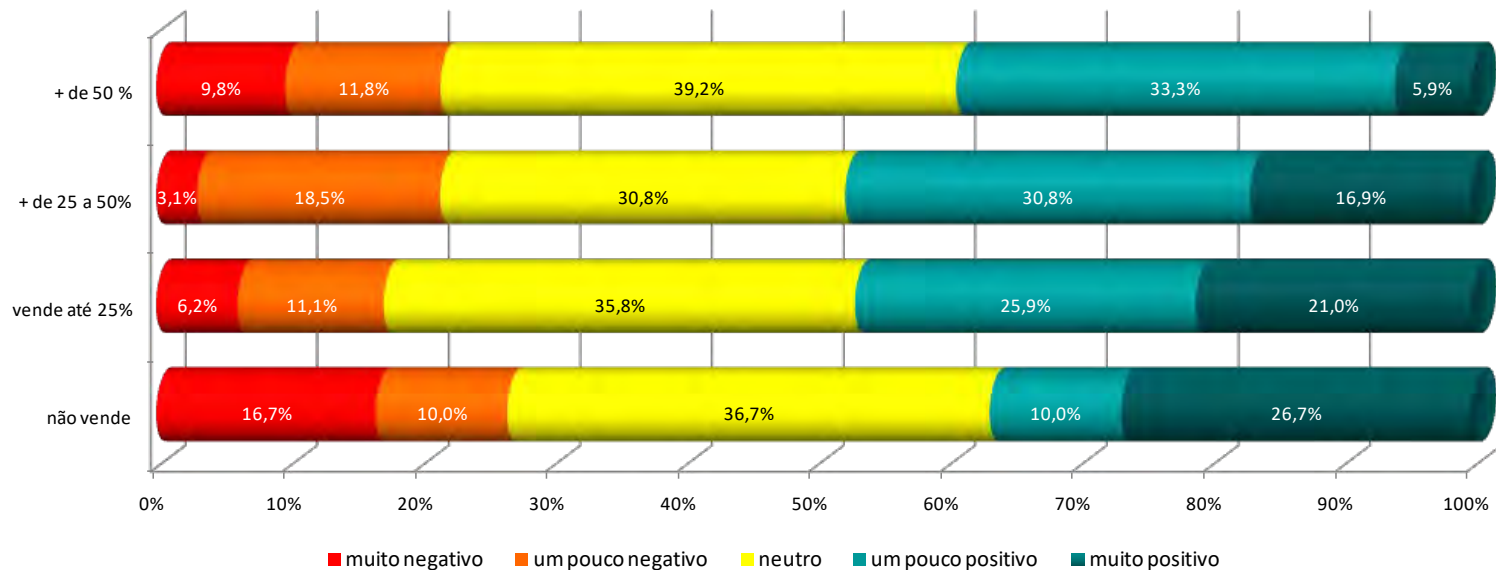
Por % de venda para consumidor final

% de venda para consumidor final	Impacto da dificuldade de obtenção / custo do crédito					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	16,7%	10,0%	36,7%	10,0%	26,7%	26,7 %	36,7 %	36,7 %	100%
vende até 25%	6,2%	11,1%	35,8%	25,9%	21,0%	17,3 %	35,8 %	46,9 %	100%
+ de 25 a 50%	3,1%	18,5%	30,8%	30,8%	16,9%	21,6 %	30,8 %	47,7 %	100%
+ de 50 %	9,8%	11,8%	39,2%	33,3%	5,9%	21,6 %	39,2 %	39,2 %	100%
Geral	7,5%	13,2%	35,2%	26,9%	17,2%	20,7 %	35,2 %	44,1 %	100%

Base: 220

* Pergunta 10a : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / custo do crédito.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Cruzamentos

Avaliação do Impacto

Venda Direta ao Consumidor

Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

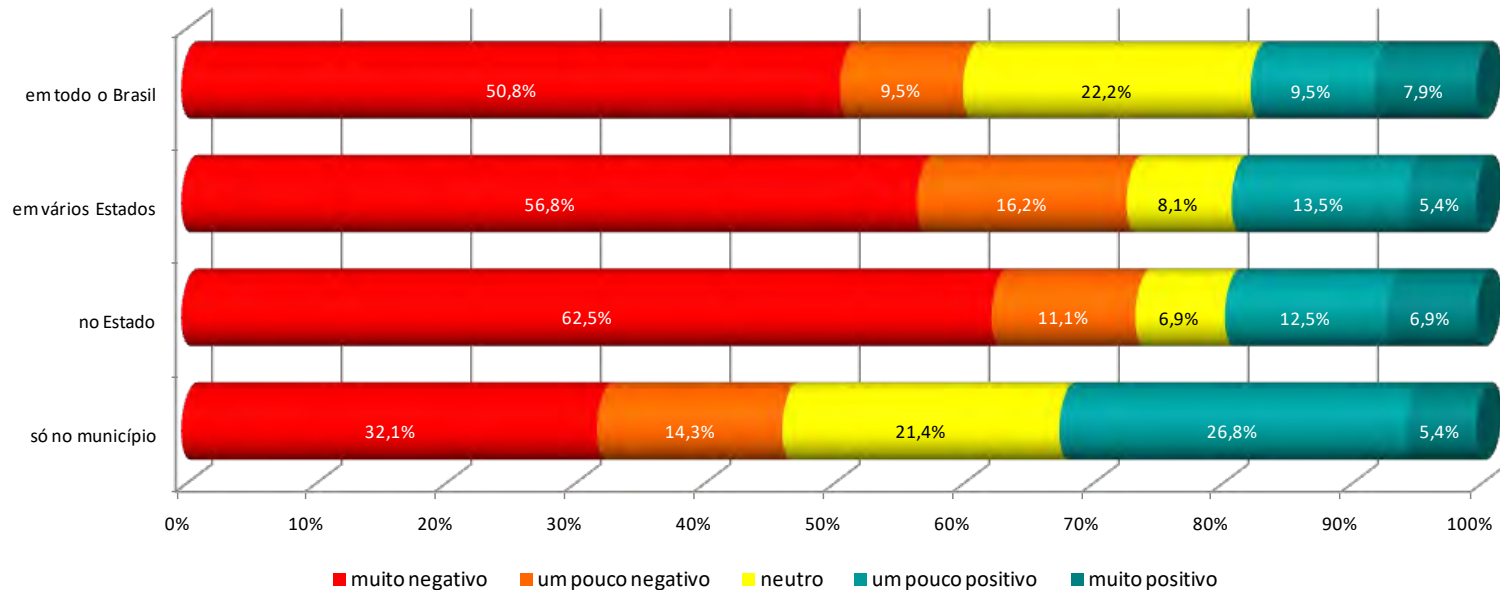
Por região de atuação

Região de atuação	Impacto da venda direta do fabricante ao consumidor					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
só no município	32,1%	14,3%	21,4%	26,8%	5,4%	46,4%	21,4%	32,2%	100%
no Estado	62,5%	11,1%	6,9%	12,5%	6,9%	73,6%	6,9%	19,4%	100%
em vários Estados	56,8%	16,2%	8,1%	13,5%	5,4%	73,0%	8,1%	18,9%	100%
em todo o Brasil	50,8%	9,5%	22,2%	9,5%	7,9%	60,3%	22,2%	17,4%	100%
Geral	50,9%	12,3%	14,9%	15,4%	6,6%	63,2%	14,9%	22,0%	100%

Base: 223

* Pergunta 10b : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / venda direta do fabricante ao consumidor.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

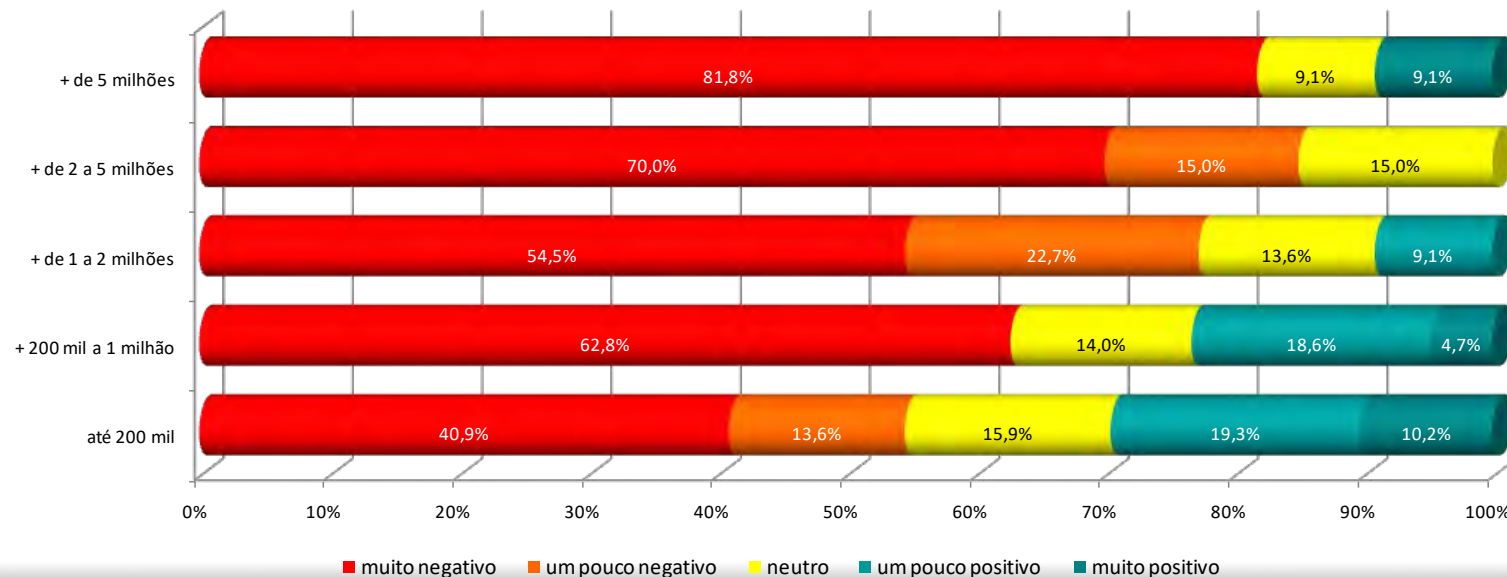
Por faixa de faturamento mensal

Faturamento mensal	Impacto da venda direta do fabricante ao consumidor					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 200 mil	40,9%	13,6%	15,9%	19,3%	10,2%	54,5 %	15,9 %	29,5 %	100%
+ 200 mil a 1 milhão	62,8%		14,0%	18,6%	4,7%	62,8 %	14,0 %	23,3 %	100%
+ de 1 a 2 milhões	54,5%	22,7%	13,6%	9,1%		77,2 %	13,6 %	9,1 %	100%
+ de 2 a 5 milhões	70,0%	15,0%	15,0%			85,0 %	15,0 %	0,0 %	100%
+ de 5 milhões	81,8%		9,1%		9,1%	81,8 %	9,1 %	9,1 %	100%
Geral	54,9%	10,3%	14,4%	13,8%	6,7%	65,2 %	14,4 %	20,5 %	100%

Base: 190

* Pergunta 10b : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / venda direta do fabricante ao consumidor.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

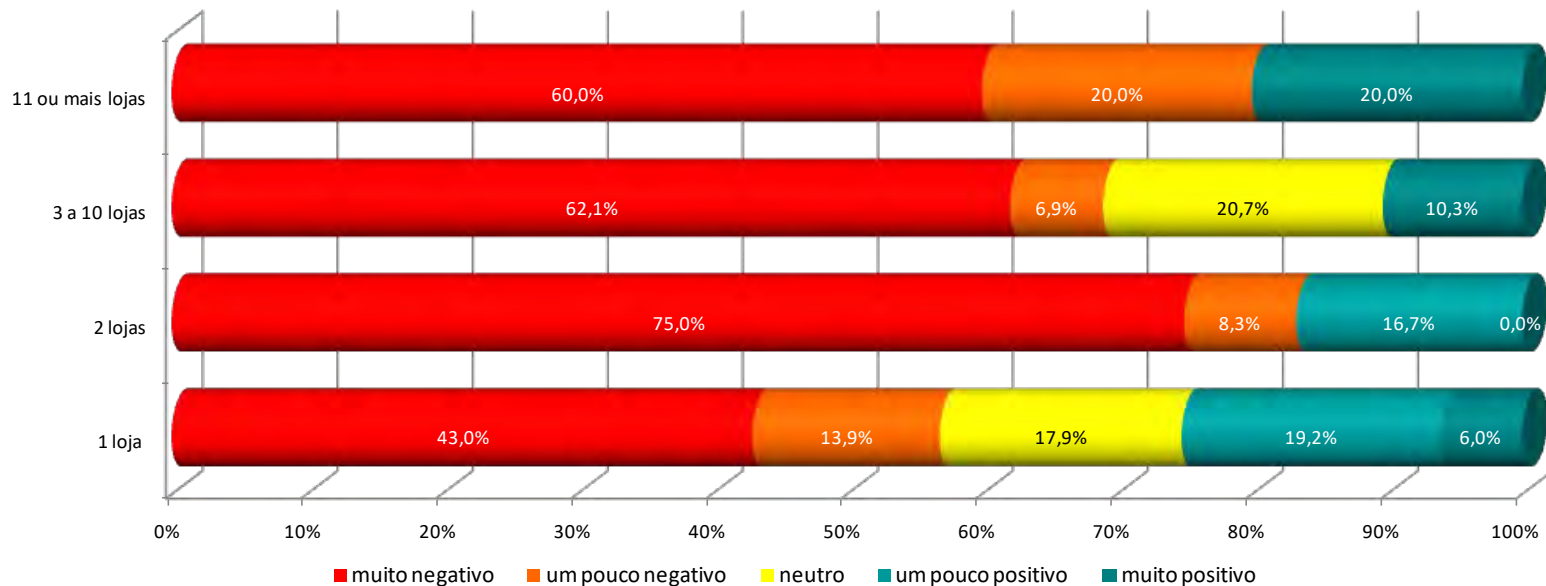
Por número de lojas

número de lojas	Impacto da venda direta do fabricante ao consumidor					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
1 loja	43,0%	13,9%	17,9%	19,2%	6,0%	56,9 %	17,9 %	25,2 %	100%
2 lojas	75,0%	8,3%		16,7%	0,0%	83,3 %	0,0 %	16,7 %	100%
3 a 10 lojas	62,1%	6,9%	20,7%		10,3%	69,0 %	20,7 %	10,3 %	100%
11 ou mais lojas	60,0%	20,0%			20,0%	80,0 %	0,0 %	20,0 %	100%
Geral	51,3%	12,4%	14,6%	15,5%	6,2%	63,7 %	14,6 %	21,7 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10b : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / venda direta do fabricante ao consumidor.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

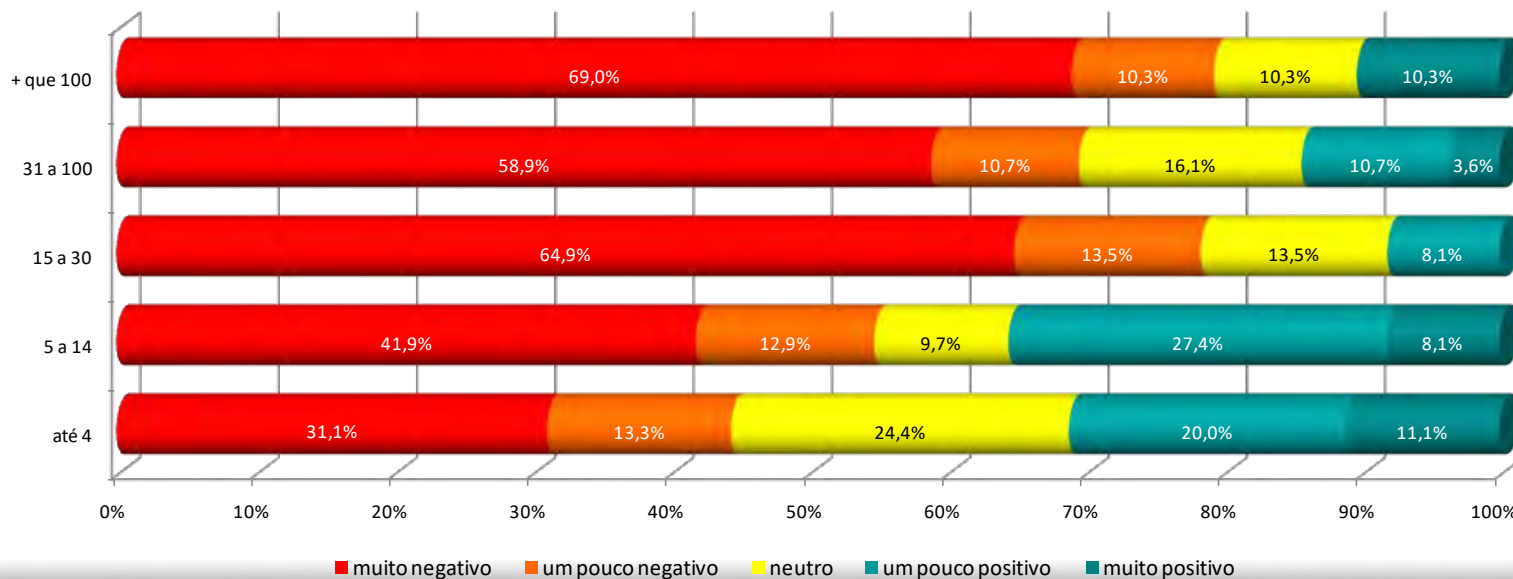
Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor Por número de empregados

número de empregados	Impacto da venda direta do fabricante ao consumidor					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 4	31,1%	13,3%	24,4%	20,0%	11,1%	44,4 %	24,4 %	31,1 %	100%
5 a 14	41,9%	12,9%	9,7%	27,4%	8,1%	54,8 %	9,7 %	35,5 %	100%
15 a 30	64,9%	13,5%	13,5%	8,1%		78,4 %	13,5 %	8,1 %	100%
31 a 100	58,9%	10,7%	16,1%	10,7%	3,6%	69,6 %	16,1 %	14,3 %	100%
+ que 100	69,0%	10,3%	10,3%		10,3%	79,3 %	10,3 %	10,3 %	100%
Geral	51,1%	12,2%	14,8%	15,3%	6,6%	63,3 %	14,8 %	21,9 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10b : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / venda direta do fabricante ao consumidor.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

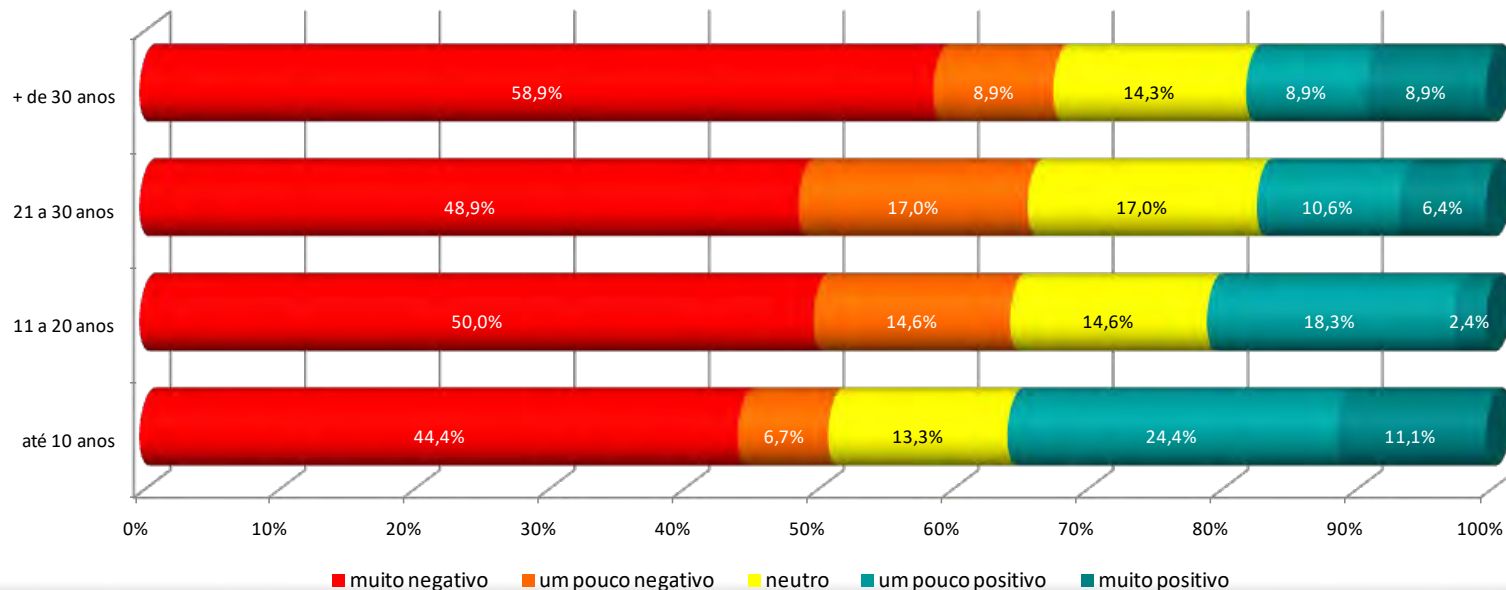
Por tempo da empresa no mercado

Tempo da empresa no mercado	Impacto da venda direta do fabricante ao consumidor					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 10 anos	44,4%	6,7%	13,3%	24,4%	11,1%	51,1 %	13,3 %	35,5 %	100%
11 a 20 anos	50,0%	14,6%	14,6%	18,3%	2,4%	64,6 %	14,6 %	20,7 %	100%
21 a 30 anos	48,9%	17,0%	17,0%	10,6%	6,4%	65,9 %	17,0 %	17,0 %	100%
+ de 30 anos	58,9%	8,9%	14,3%	8,9%	8,9%	67,8 %	14,3 %	17,8 %	100%
Geral	50,9%	12,2%	14,8%	15,7%	6,5%	63,1 %	14,8 %	22,2 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10b : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / venda direta do fabricante ao consumidor.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

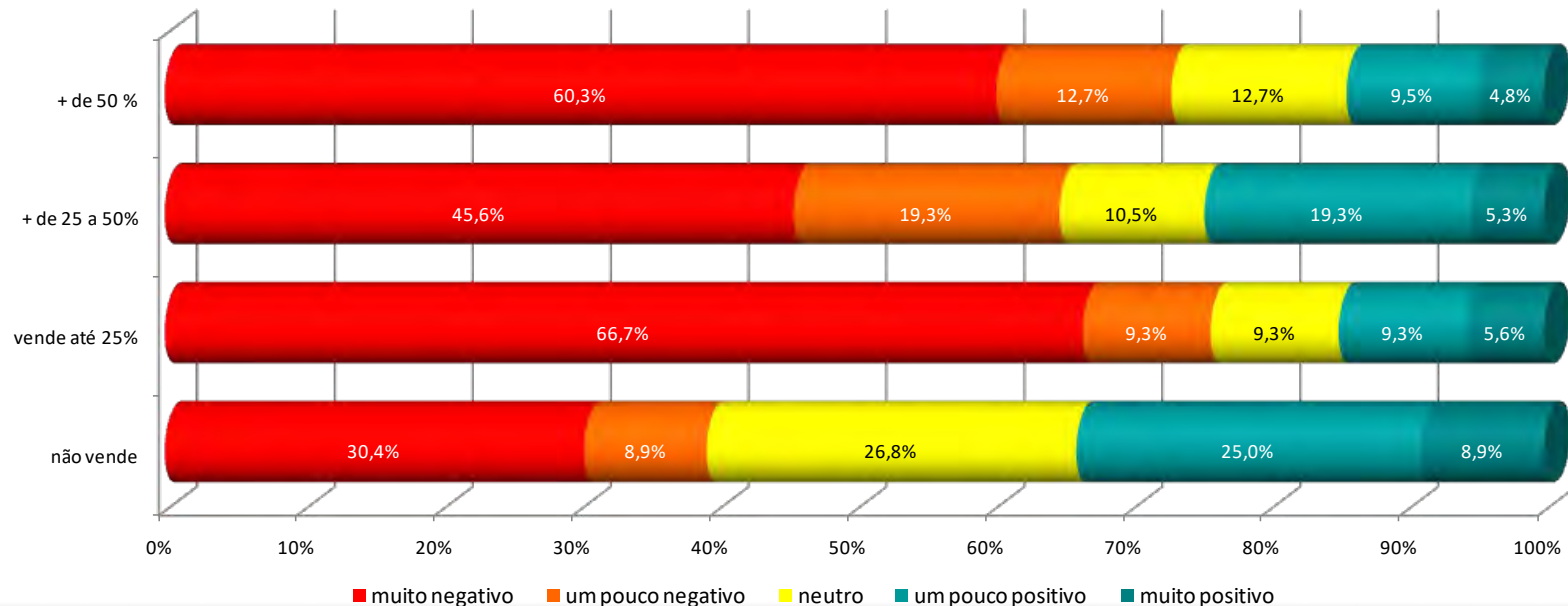
Por % de venda para indústria

% de venda para indústria	Impacto da venda direta do fabricante ao consumidor					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	30,4%	8,9%	26,8%	25,0%	8,9%	39,3 %	26,8 %	33,9 %	100%
vende até 25%	66,7%	9,3%	9,3%	9,3%	5,6%	76,0 %	9,3 %	14,9 %	100%
+ de 25 a 50%	45,6%	19,3%	10,5%	19,3%	5,3%	64,9 %	10,5 %	24,6 %	100%
+ de 50 %	60,3%	12,7%	12,7%	9,5%	4,8%	73,0 %	12,7 %	14,3 %	100%
Geral	50,9%	12,6%	14,8%	15,7%	6,1%	63,5 %	14,8 %	21,8 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10b : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / venda direta do fabricante ao consumidor.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

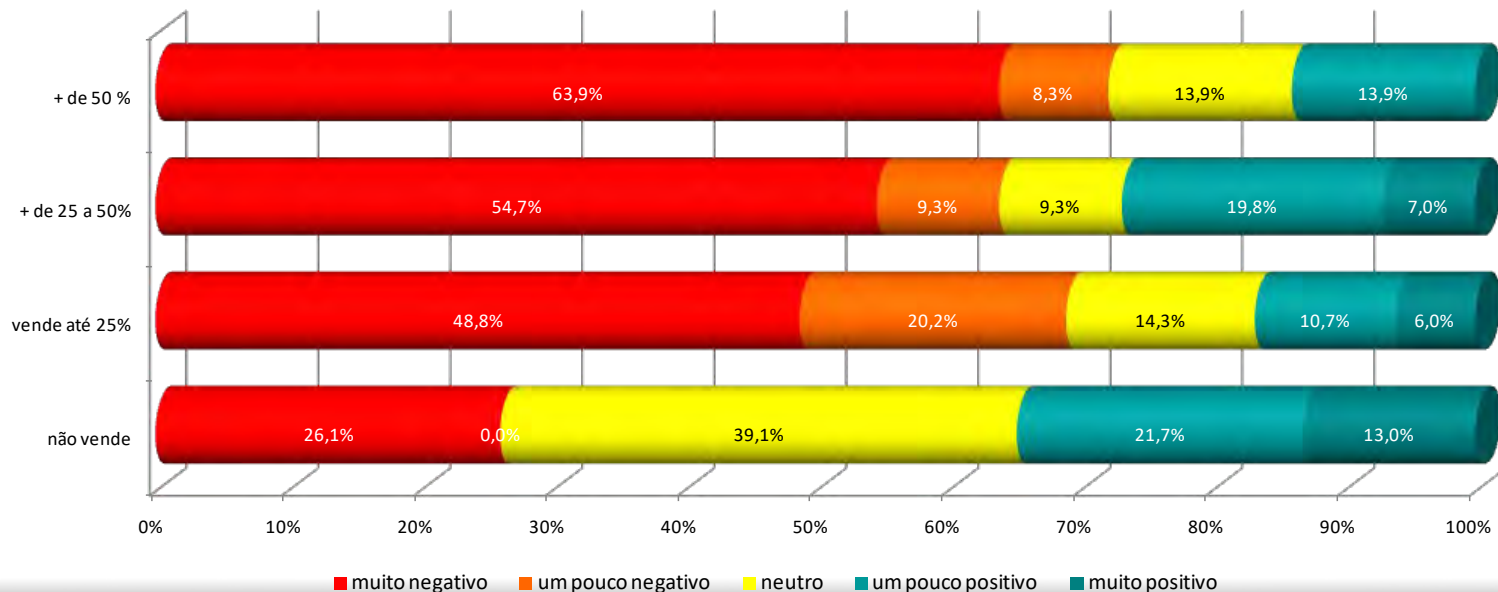
Por % de venda para instaladores

% de venda para instaladores	Impacto da venda direta do fabricante ao consumidor					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	26,1%	0,0%	39,1%	21,7%	13,0%	26,1 %	39,1 %	34,7 %	100%
vende até 25%	48,8%	20,2%	14,3%	10,7%	6,0%	69,0 %	14,3 %	16,7 %	100%
+ de 25 a 50%	54,7%	9,3%	9,3%	19,8%	7,0%	64,0 %	9,3 %	26,8 %	100%
+ de 50 %	63,9%	8,3%	13,9%	13,9%		72,2 %	13,9 %	13,9 %	100%
Geral	51,1%	12,2%	14,8%	15,7%	6,1%	63,3 %	14,8 %	21,8 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10b : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / venda direta do fabricante ao consumidor.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

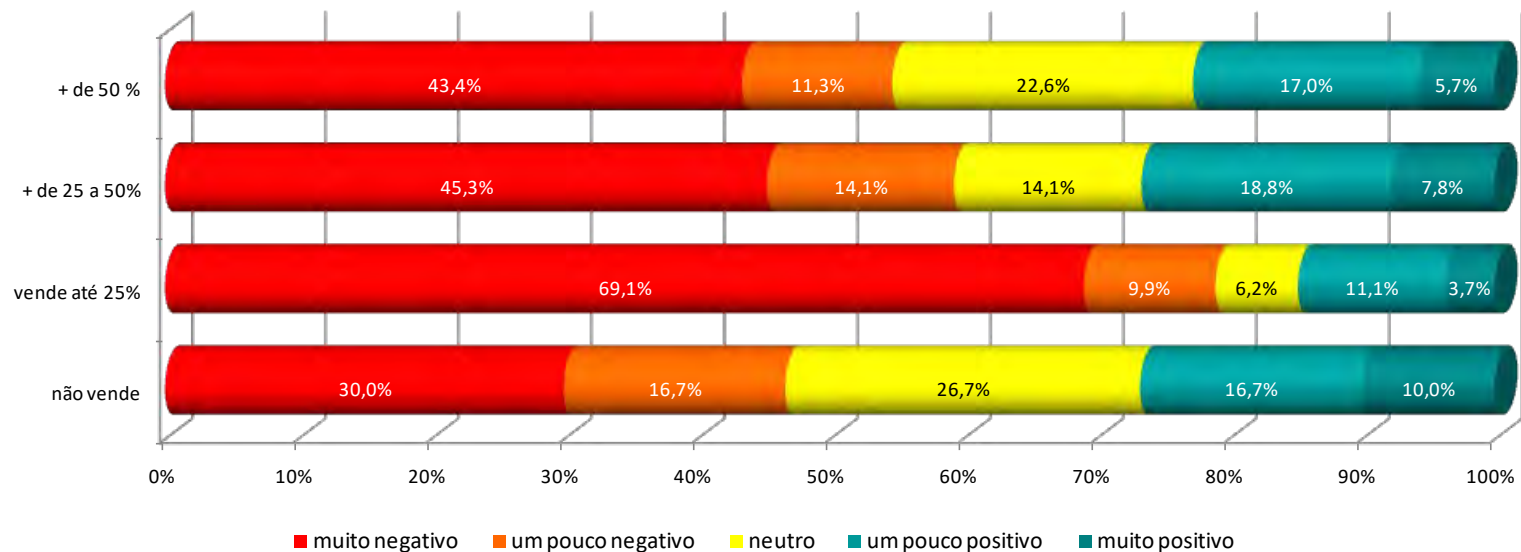
Por % de venda para consumidor final

% de venda para consumidor final	Impacto da venda direta do fabricante ao consumidor					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	30,0%	16,7%	26,7%	16,7%	10,0%	46,7 %	26,7 %	26,7 %	100%
vende até 25%	69,1%	9,9%	6,2%	11,1%	3,7%	79,0 %	6,2 %	14,8 %	100%
+ de 25 a 50%	45,3%	14,1%	14,1%	18,8%	7,8%	59,4 %	14,1 %	26,6 %	100%
+ de 50 %	43,4%	11,3%	22,6%	17,0%	5,7%	54,7 %	22,6 %	22,7 %	100%
Geral	51,3%	12,3%	14,9%	15,4%	6,1%	63,6 %	14,9 %	21,5 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10b : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? obtenção de crédito / venda direta do fabricante ao consumidor.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Cruzamentos

Avaliação do Impacto

Qualificação da Mão de Obra

Prêmio ABREME – 2010

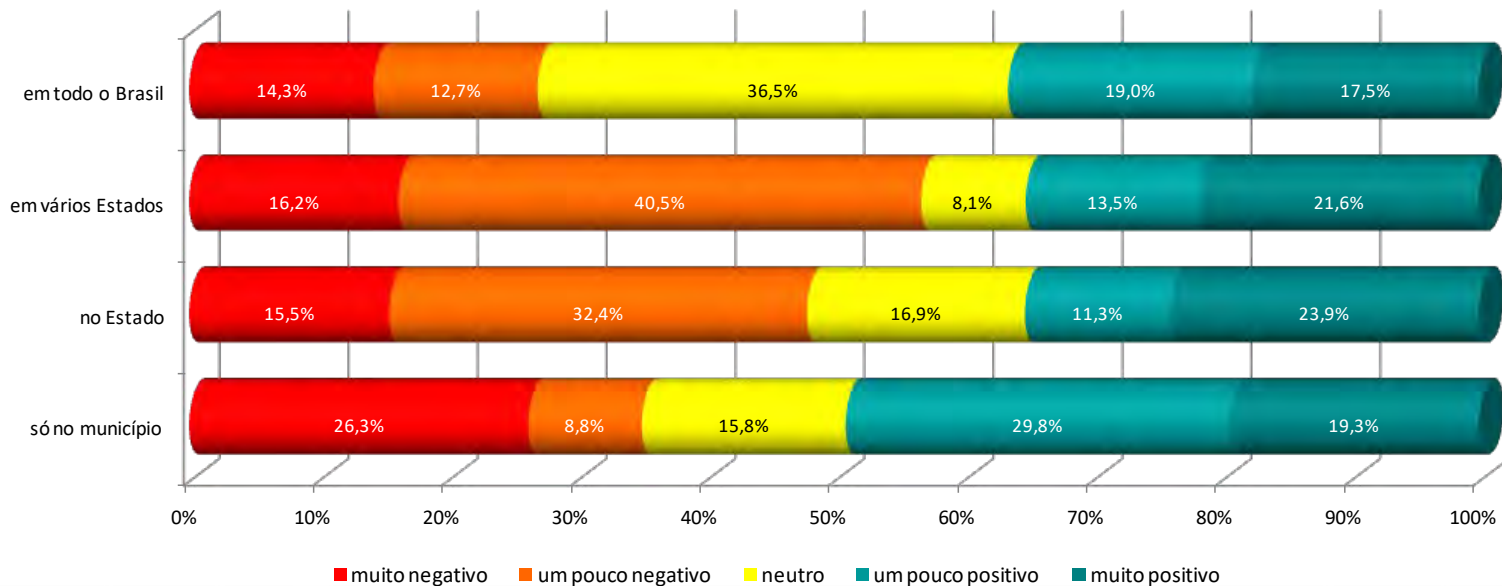
Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra Por região de atuação

Região de atuação	Impacto da qualificação da mão de obra					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
só no município	26,3%	8,8%	15,8%	29,8%	19,3%	35,1%	15,8%	49,1%	100%
no Estado	15,5%	32,4%	16,9%	11,3%	23,9%	47,9%	16,9%	35,2%	100%
em vários Estados	16,2%	40,5%	8,1%	13,5%	21,6%	56,7%	8,1%	35,1%	100%
em todo o Brasil	14,3%	12,7%	36,5%	19,0%	17,5%	27,0%	36,5%	36,5%	100%
Geral	18,0%	22,4%	20,6%	18,4%	20,6%	40,4%	20,6%	39,0%	100%

Base: 222

* Pergunta 10c : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? qualificação da mão de obra.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

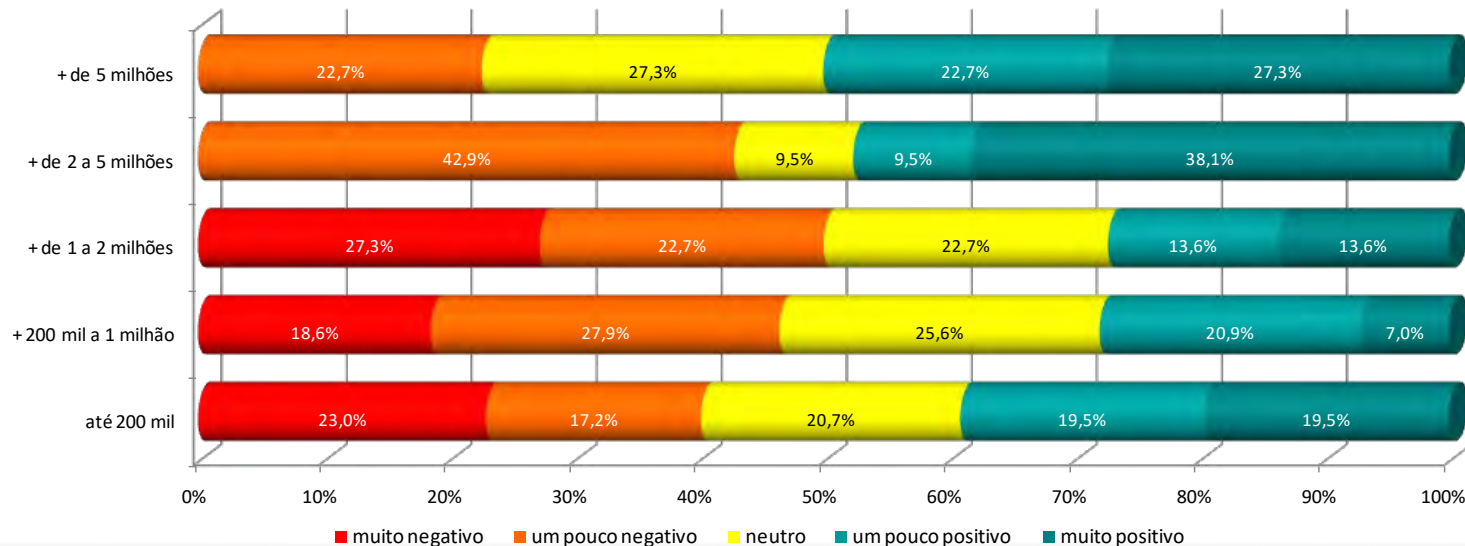
Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra Por faixa de faturamento mensal

Faturamento mensal	Impacto da qualificação da mão de obra					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 200 mil	23,0%	17,2%	20,7%	19,5%	19,5%	40,2 %	20,7 %	39,0 %	100%
+ 200 mil a 1 milhão	18,6%	27,9%	25,6%	20,9%	7,0%	46,5 %	25,6 %	27,9 %	100%
+ de 1 a 2 milhões	27,3%	22,7%	22,7%	13,6%	13,6%	50,0 %	22,7 %	27,2 %	100%
+ de 2 a 5 milhões		42,9%	9,5%	9,5%	38,1%	42,9 %	9,5 %	47,6 %	100%
+ de 5 milhões		22,7%	27,3%	22,7%	27,3%	22,7 %	27,3 %	50,0 %	100%
Geral	17,4%	23,6%	21,5%	18,5%	19,0%	41,0 %	21,5 %	37,5 %	100%

Base: 189

* Pergunta 10c : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? qualificação da mão de obra.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

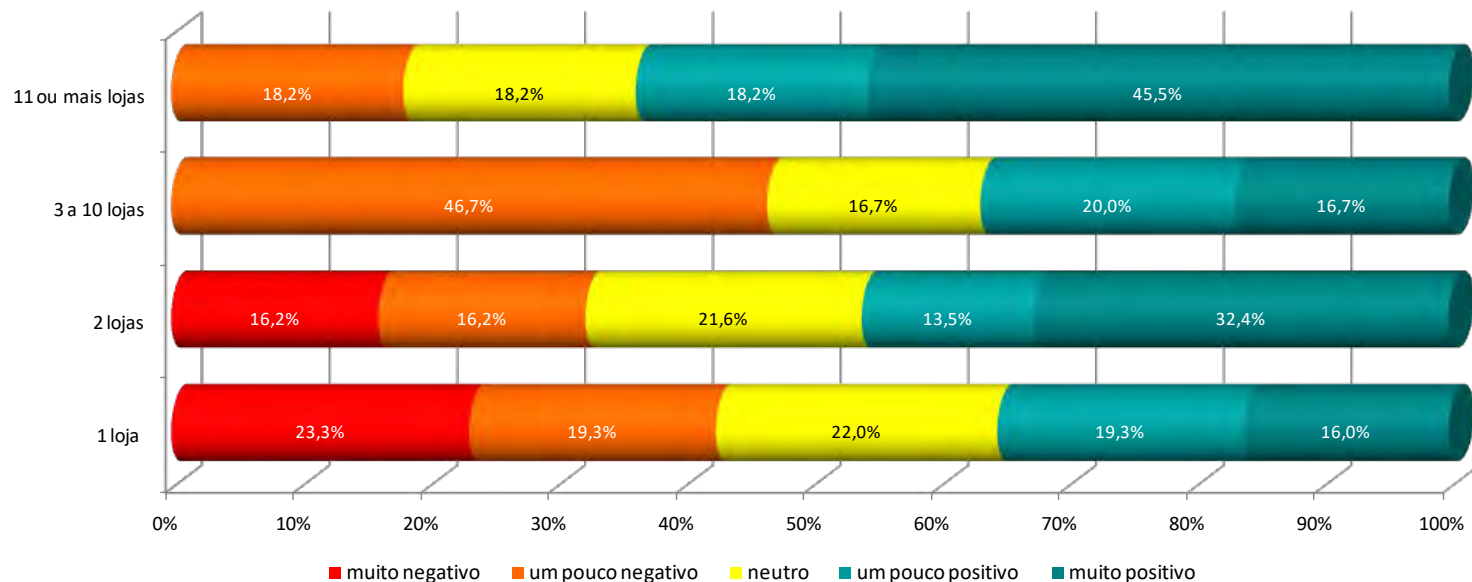
Por número de lojas

número de lojas	Impacto da qualificação da mão de obra					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
1 loja	23,3%	19,3%	22,0%	19,3%	16,0%	42,6 %	22,0 %	35,3 %	100%
2 lojas	16,2%	16,2%	21,6%	13,5%	32,4%	32,4 %	21,6 %	45,9 %	100%
3 a 10 lojas		46,7%	16,7%	20,0%	16,7%	46,7 %	16,7 %	36,7 %	100%
11 ou mais lojas		18,2%	18,2%	18,2%	45,5%	18,2 %	18,2 %	63,7 %	100%
Geral	18,0%	22,4%	21,1%	18,4%	20,2%	40,4 %	21,1 %	38,6 %	100%

Base: 222

* Pergunta 10c : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? qualificação da mão de obra.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

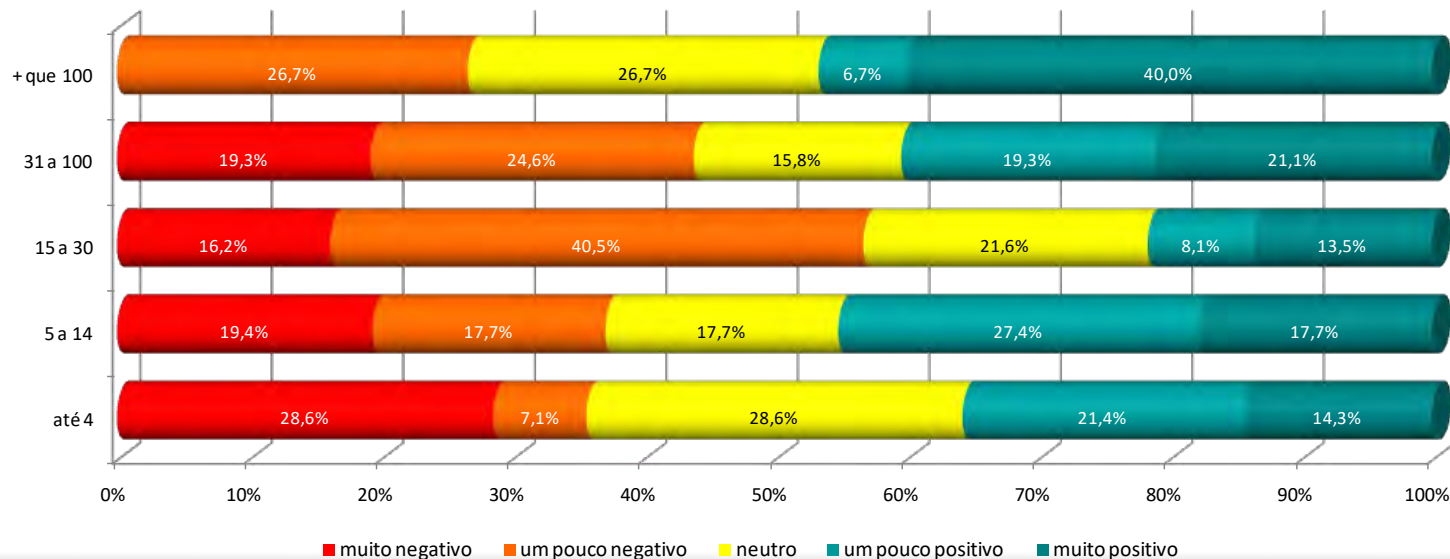
Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra Por número de empregados

número de empregados	Impacto da qualificação da mão de obra					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 4	28,6%	7,1%	28,6%	21,4%	14,3%	35,7 %	28,6 %	35,7 %	100%
5 a 14	19,4%	17,7%	17,7%	27,4%	17,7%	37,1 %	17,7 %	45,1 %	100%
15 a 30	16,2%	40,5%	21,6%	8,1%	13,5%	56,7 %	21,6 %	21,6 %	100%
31 a 100	19,3%	24,6%	15,8%	19,3%	21,1%	43,9 %	15,8 %	40,4 %	100%
+ que 100		26,7%	26,7%	6,7%	40,0%	26,7 %	26,7 %	46,7 %	100%
Geral	18,0%	22,4%	21,1%	18,4%	20,2%	40,4 %	21,1 %	38,6 %	100%

Base: 222

* Pergunta 10c : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? qualificação da mão de obra.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

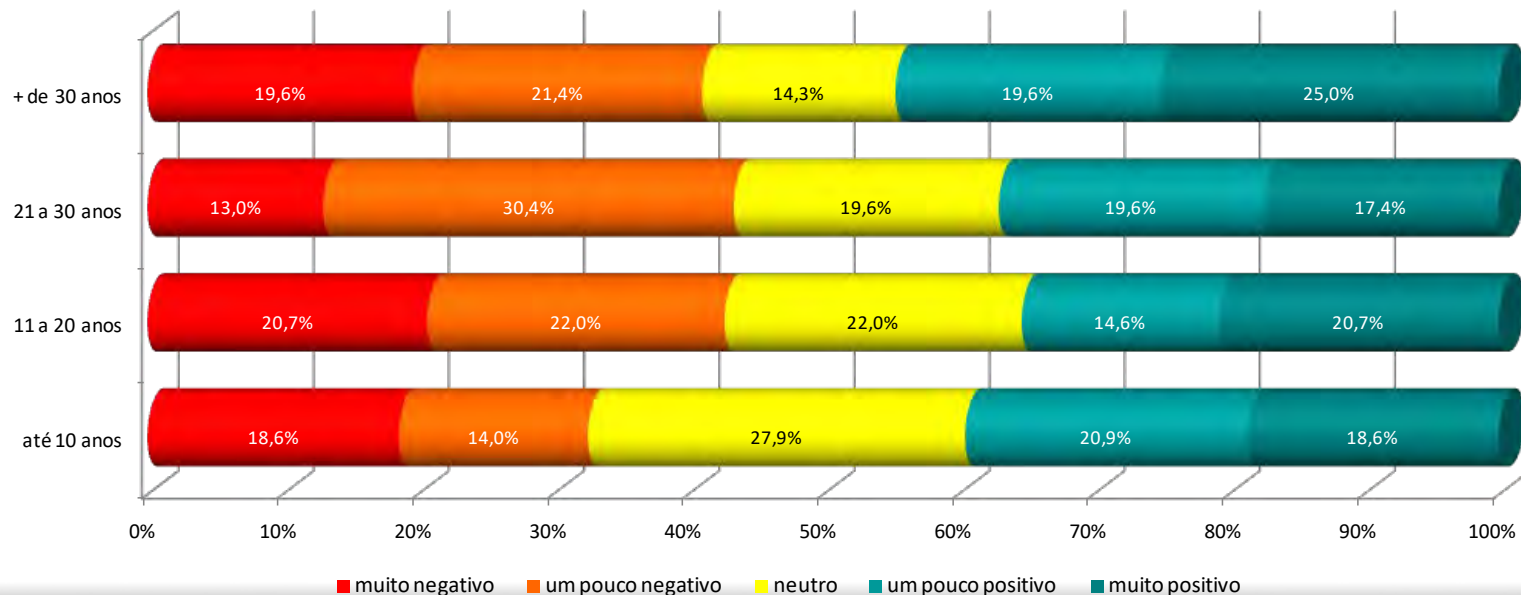
Por tempo da empresa no mercado

Tempo da empresa no mercado	Impacto da qualificação da mão de obra					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 10 anos	18,6%	14,0%	27,9%	20,9%	18,6%	32,6 %	27,9 %	39,5 %	100%
11 a 20 anos	20,7%	22,0%	22,0%	14,6%	20,7%	42,7 %	22,0 %	35,3 %	100%
21 a 30 anos	13,0%	30,4%	19,6%	19,6%	17,4%	43,4 %	19,6 %	37,0 %	100%
+ de 30 anos	19,6%	21,4%	14,3%	19,6%	25,0%	41,0 %	14,3 %	44,6 %	100%
Geral	18,5%	22,0%	20,7%	18,1%	20,7%	40,5 %	20,7 %	38,8 %	100%

Base: 222

* Pergunta 10c : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? qualificação da mão de obra.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

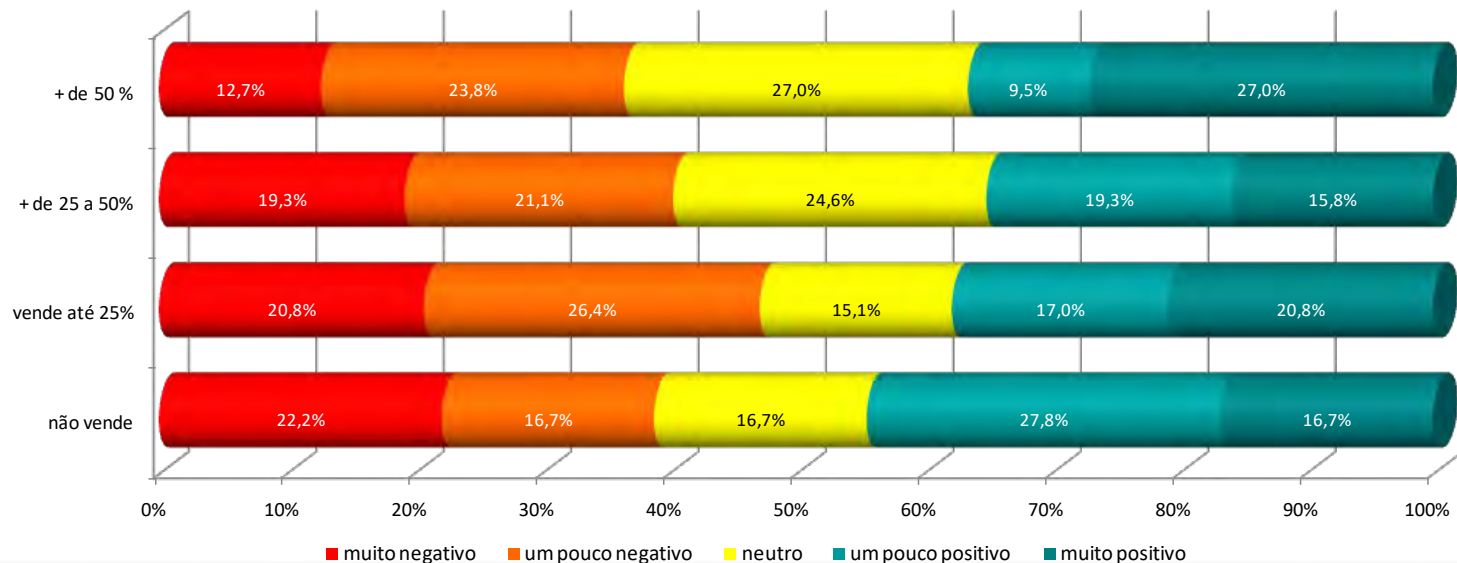
Por % de venda para indústria

% de venda para indústria	Impacto da qualificação da mão de obra					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	22,2%	16,7%	16,7%	27,8%	16,7%	38,9 %	16,7 %	44,5 %	100%
vende até 25%	20,8%	26,4%	15,1%	17,0%	20,8%	47,2 %	15,1 %	37,8 %	100%
+ de 25 a 50%	19,3%	21,1%	24,6%	19,3%	15,8%	40,4 %	24,6 %	35,1 %	100%
+ de 50 %	12,7%	23,8%	27,0%	9,5%	27,0%	36,5 %	27,0 %	36,5 %	100%
Geral	18,5%	22,0%	21,1%	18,1%	20,3%	40,5 %	21,1 %	38,4 %	100%

Base: 222

* Pergunta 10c : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? qualificação da mão de obra.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

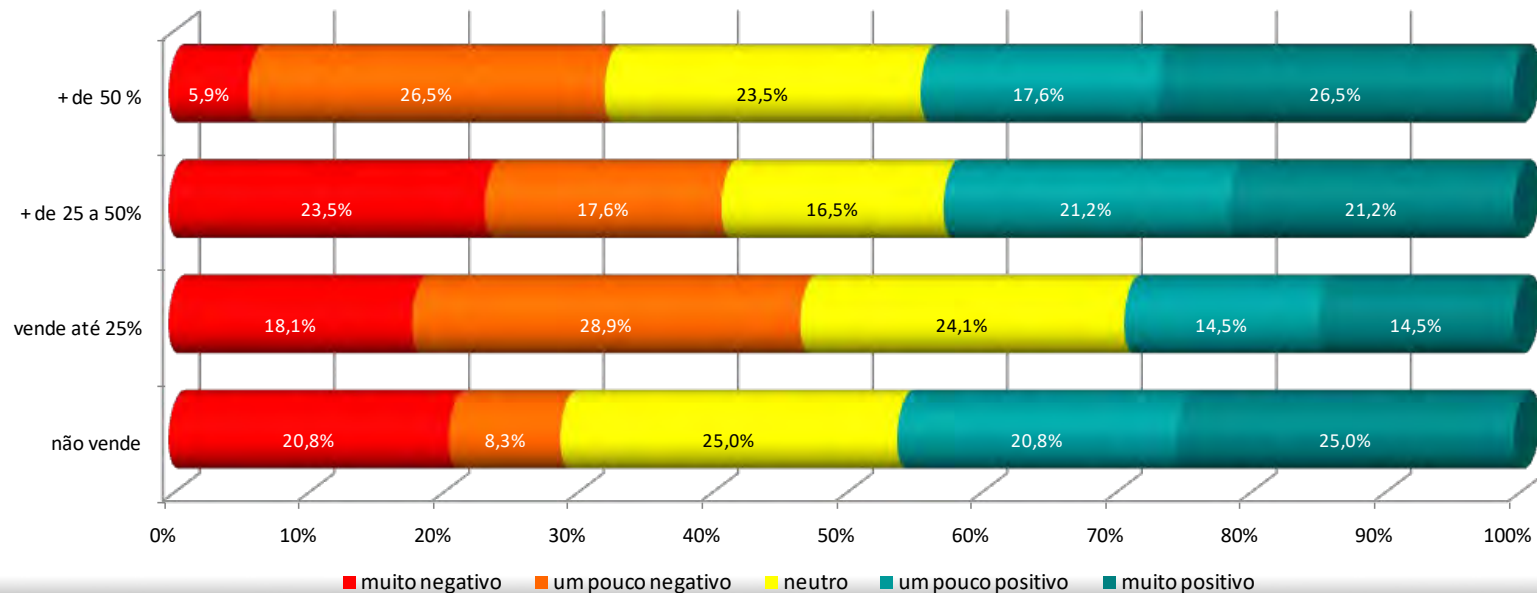
Por % de venda para instaladores

% de venda para instaladores	Impacto da qualificação da mão de obra					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	20,8%	8,3%	25,0%	20,8%	25,0%	29,1 %	25,0 %	45,8 %	100%
vende até 25%	18,1%	28,9%	24,1%	14,5%	14,5%	47,0 %	24,1 %	29,0 %	100%
+ de 25 a 50%	23,5%	17,6%	16,5%	21,2%	21,2%	41,1 %	16,5 %	42,4 %	100%
+ de 50 %	5,9%	26,5%	23,5%	17,6%	26,5%	32,4 %	23,5 %	44,1 %	100%
Geral	18,6%	22,1%	21,2%	18,1%	19,9%	40,7 %	21,2 %	38,0 %	100%

Base: 222

* Pergunta 10c : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? qualificação da mão de obra.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

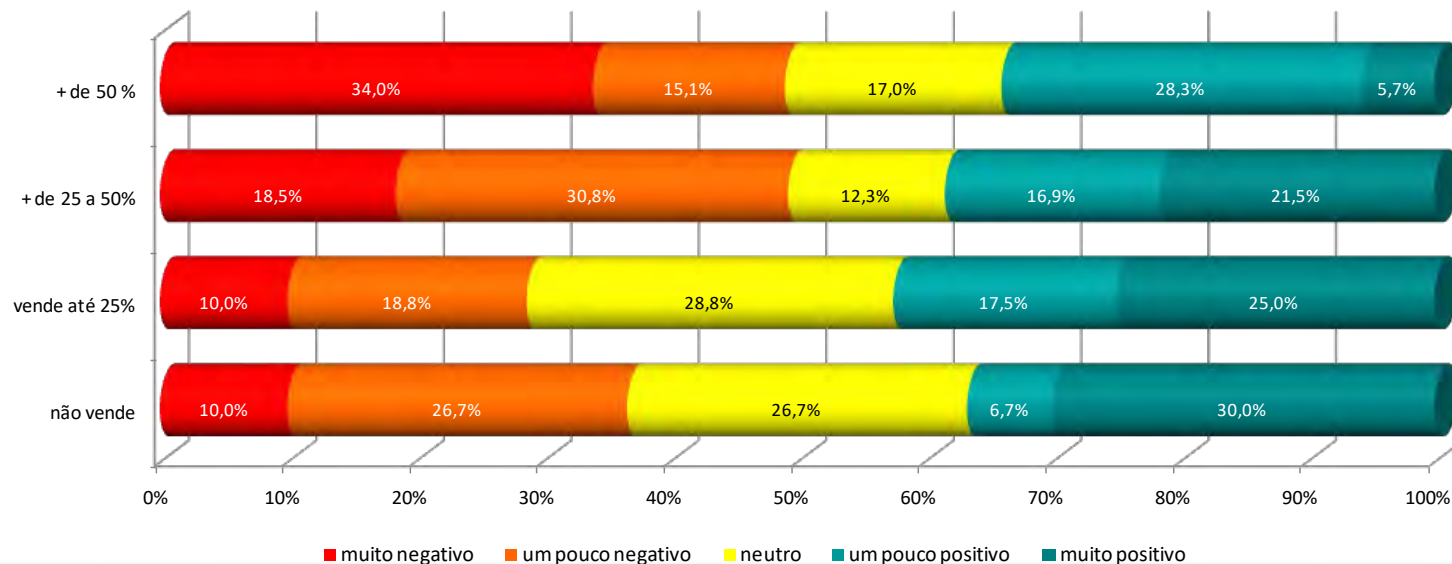
Por % de venda para consumidor final

% de venda para consumidor final	Impacto da qualificação da mão de obra					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	10,0%	26,7%	26,7%	6,7%	30,0%	36,7 %	26,7 %	36,7 %	100%
vende até 25%	10,0%	18,8%	28,8%	17,5%	25,0%	28,8 %	28,8 %	42,5 %	100%
+ de 25 a 50%	18,5%	30,8%	12,3%	16,9%	21,5%	49,3 %	12,3 %	38,4 %	100%
+ de 50 %	34,0%	15,1%	17,0%	28,3%	5,7%	49,1 %	17,0 %	34,0 %	100%
Geral	18,0%	22,4%	21,1%	18,4%	20,2%	40,4 %	21,1 %	38,6 %	100%

Base: 222

* Pergunta 10c : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? qualificação da mão de obra.

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Cruzamentos

Avaliação do Impacto

Legislação Tributária

Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

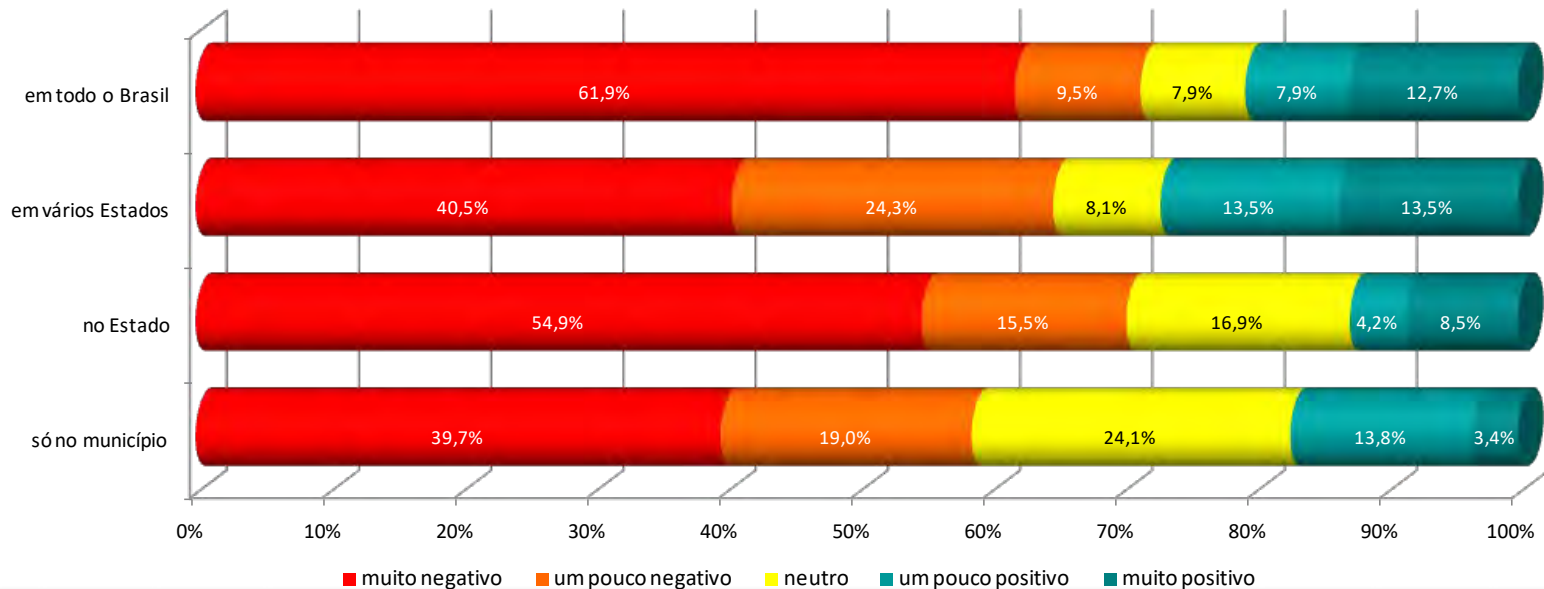
Por região de atuação

Região de atuação	Impacto da legislação tributária					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
só no município	39,7%	19,0%	24,1%	13,8%	3,4%	58,7 %	24,1 %	17,2 %	100%
no Estado	54,9%	15,5%	16,9%	4,2%	8,5%	70,4 %	16,9 %	12,7 %	100%
em vários Estados	40,5%	24,3%	8,1%	13,5%	13,5%	64,8 %	8,1 %	27,0 %	100%
em todo o Brasil	61,9%	9,5%	7,9%	7,9%	12,7%	71,4 %	7,9 %	20,6 %	100%
Geral	50,7%	16,2%	14,8%	9,2%	9,2%	66,9 %	14,8 %	18,4 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10d : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? legislação tributária

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

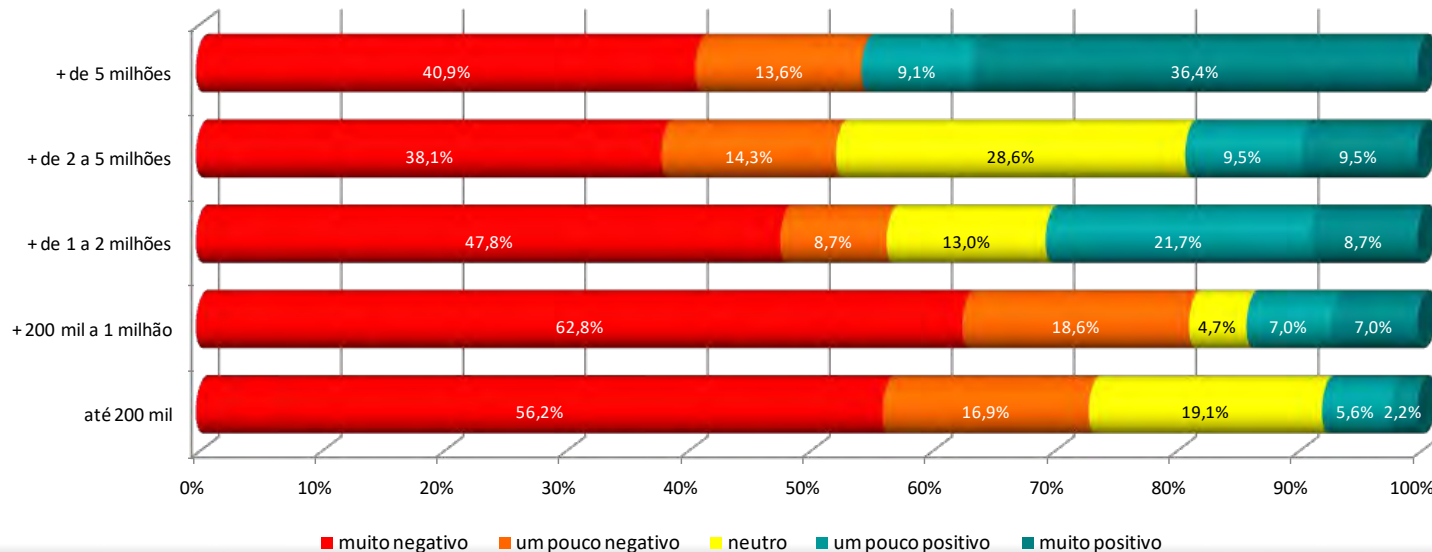
Por faixa de faturamento mensal

Faturamento mensal	Impacto da legislação tributária					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 200 mil	56,2%	16,9%	19,1%	5,6%	2,2%	73,1 %	19,1 %	7,8 %	100%
+ 200 mil a 1 milhão	62,8%	18,6%	4,7%	7,0%	7,0%	81,4 %	4,7 %	14,0 %	100%
+ de 1 a 2 milhões	47,8%	8,7%	13,0%	21,7%	8,7%	56,5 %	13,0 %	30,4 %	100%
+ de 2 a 5 milhões	38,1%	14,3%	28,6%	9,5%	9,5%	52,4 %	28,6 %	19,0 %	100%
+ de 5 milhões	40,9%	13,6%		9,1%	36,4%	54,5 %	0,0 %	45,5 %	100%
Geral	53,0%	15,7%	14,1%	8,6%	8,6%	68,7 %	14,1 %	17,2 %	100%

Base: 190

* Pergunta 10d : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? legislação tributária

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

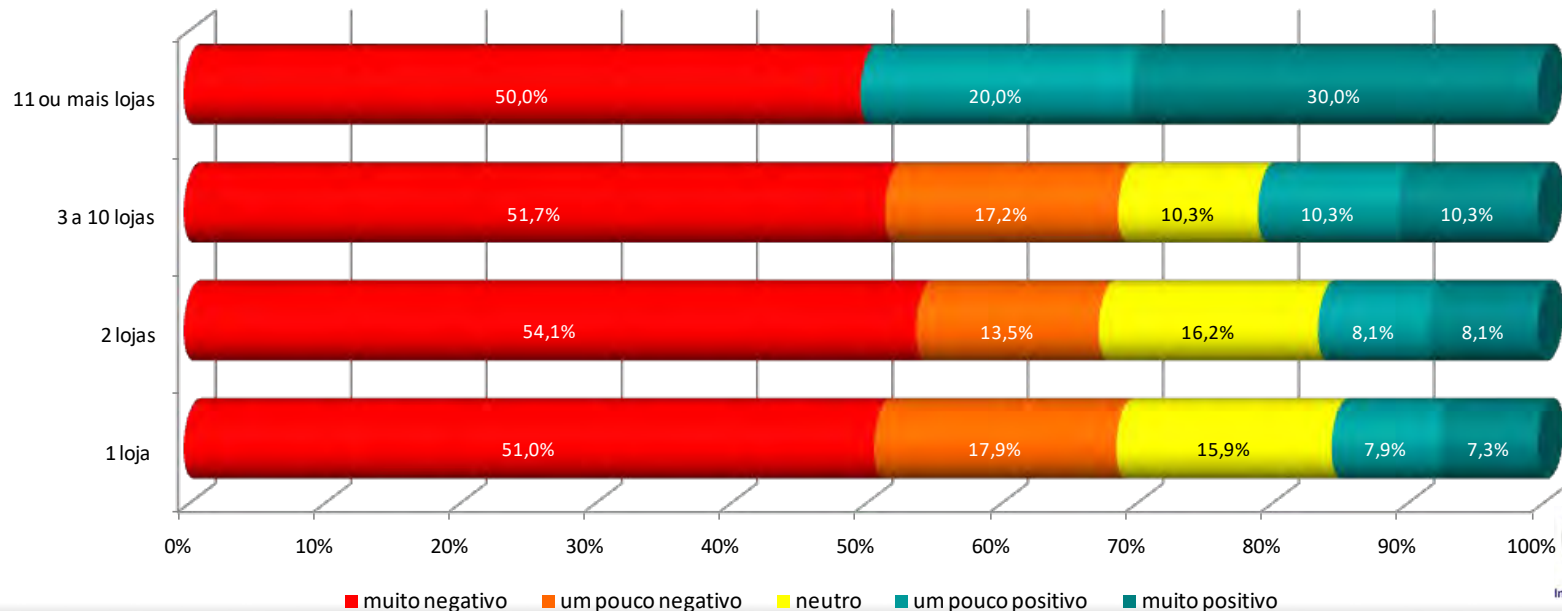
Por número de lojas

número de lojas	Impacto da legislação tributária					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
1 loja	51,0%	17,9%	15,9%	7,9%	7,3%	68,9 %	15,9 %	15,2 %	100%
2 lojas	54,1%	13,5%	16,2%	8,1%	8,1%	67,6 %	16,2 %	16,2 %	100%
3 a 10 lojas	51,7%	17,2%	10,3%	10,3%	10,3%	68,9 %	10,3 %	20,6 %	100%
11 ou mais lojas	50,0%			20,0%	30,0%	50,0 %	0,0 %	50,0 %	100%
Geral	51,5%	16,3%	14,5%	8,8%	8,8%	67,8 %	14,5 %	17,6 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10d : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? legislação tributária

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

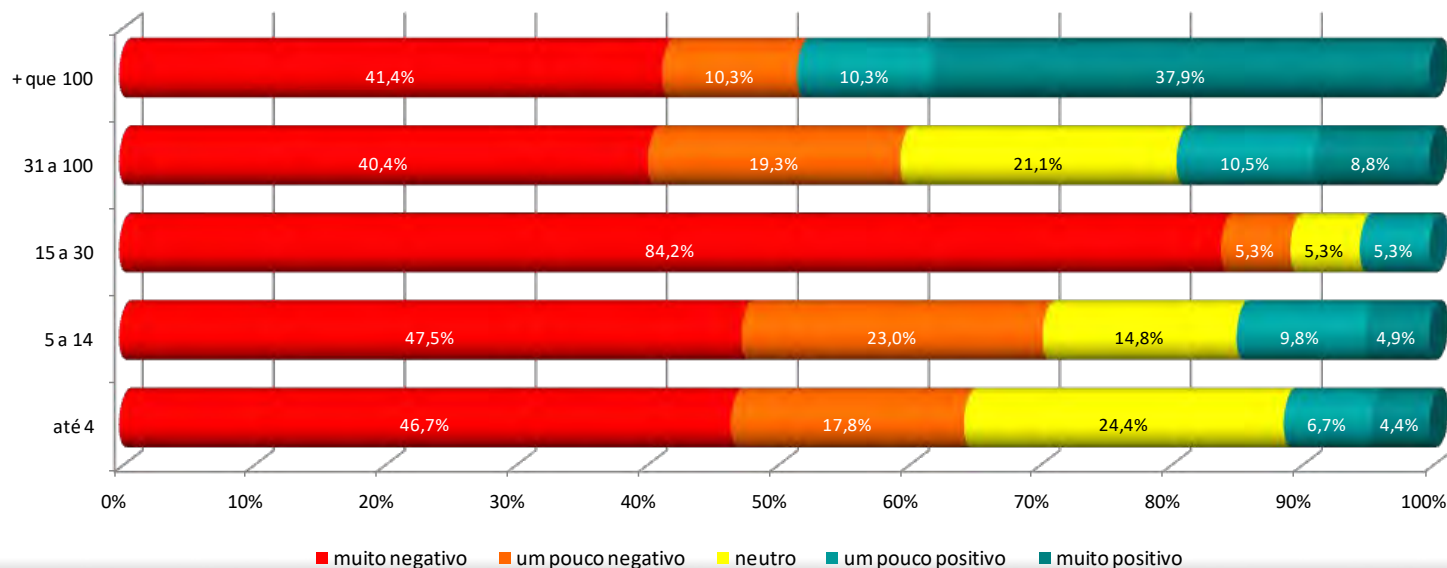
Avaliação do Impacto - Legislação Tributária Por número de empregados

número de empregados	Impacto da legislação tributária					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 4	46,7%	17,8%	24,4%	6,7%	4,4%	64,5 %	24,4 %	11,1 %	100%
5 a 14	47,5%	23,0%	14,8%	9,8%	4,9%	70,5 %	14,8 %	14,7 %	100%
15 a 30	84,2%	5,3%	5,3%	5,3%		89,5 %	5,3 %	5,3 %	100%
31 a 100	40,4%	19,3%	21,1%	10,5%	8,8%	59,7 %	21,1 %	19,3 %	100%
+ que 100	41,4%	10,3%		10,3%	37,9%	51,7 %	0,0 %	48,2 %	100%
Geral	50,9%	16,5%	14,8%	8,7%	9,1%	67,4 %	14,8 %	17,8 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10d : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? legislação tributária

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

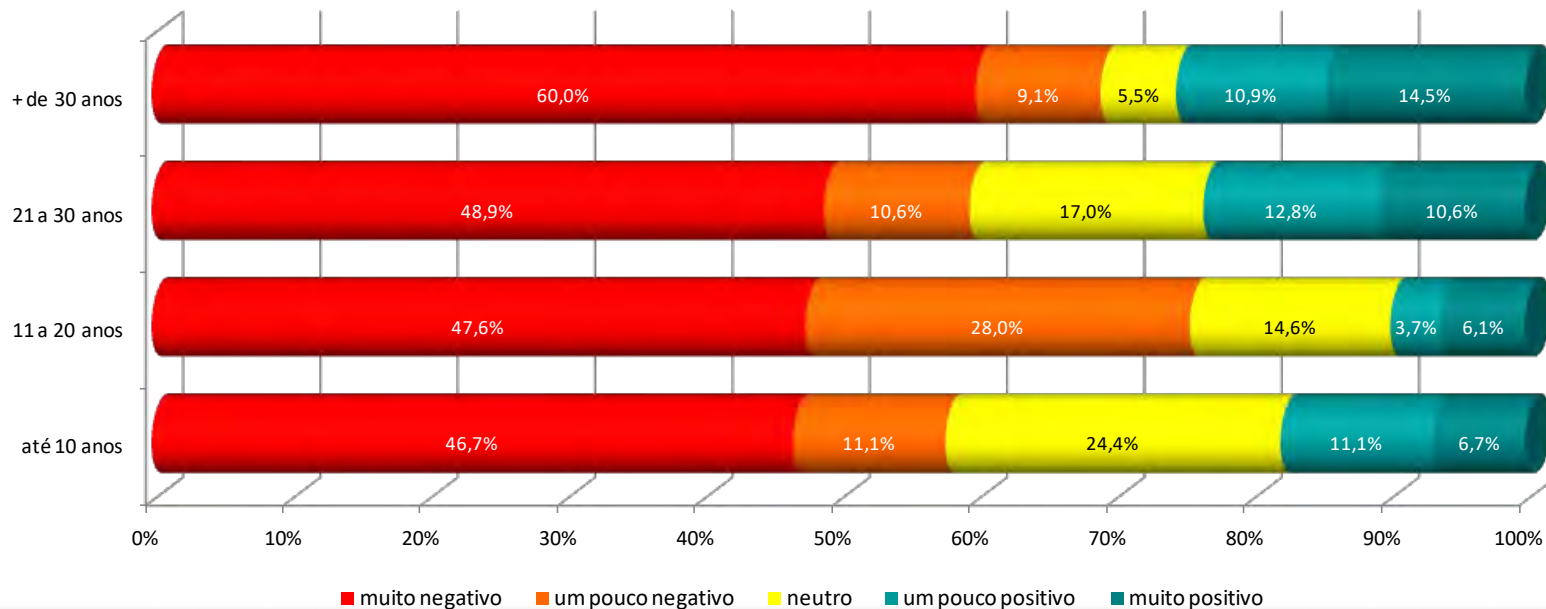
Por tempo da empresa no mercado

Tempo da empresa no mercado	Impacto da legislação tributária					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
até 10 anos	46,7%	11,1%	24,4%	11,1%	6,7%	57,8%	24,4%	17,8%	100%
11 a 20 anos	47,6%	28,0%	14,6%	3,7%	6,1%	75,6%	14,6%	9,8%	100%
21 a 30 anos	48,9%	10,6%	17,0%	12,8%	10,6%	59,5%	17,0%	23,4%	100%
+ de 30 anos	60,0%	9,1%	5,5%	10,9%	14,5%	69,1%	5,5%	25,4%	100%
Geral	50,7%	16,6%	14,8%	8,7%	9,2%	67,3%	14,8%	17,9%	100%

Base: 223

* Pergunta 10d : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? legislação tributária

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

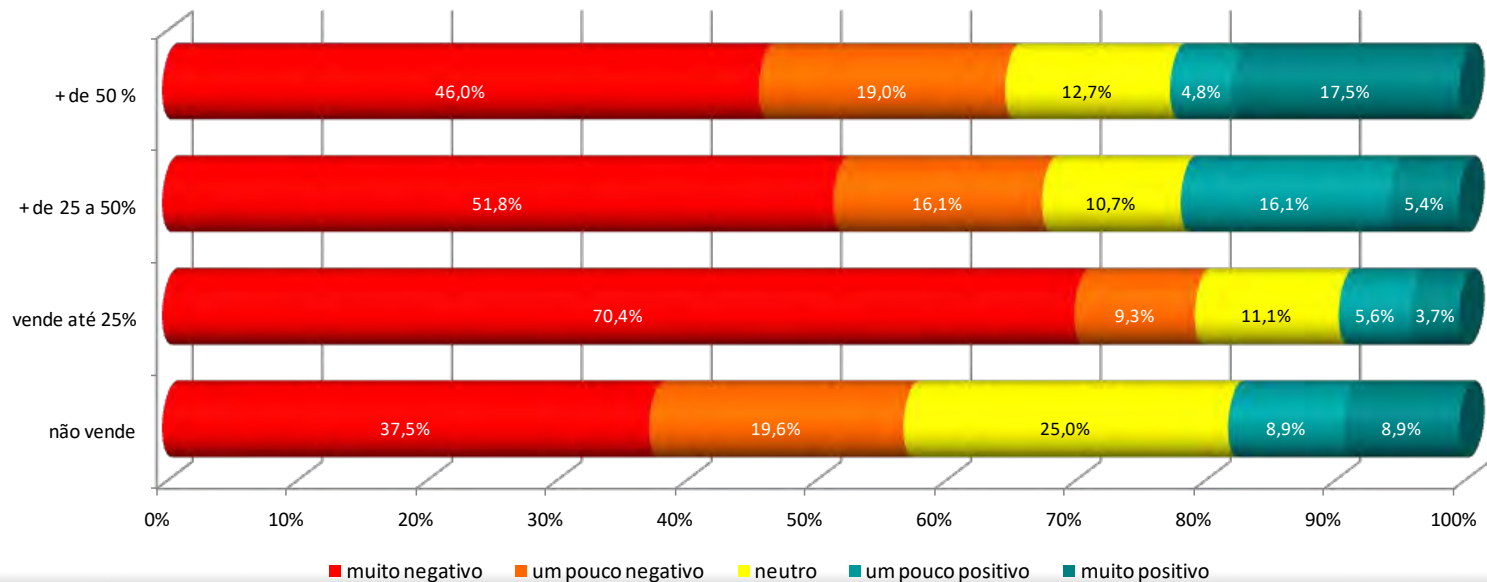
Por % de venda para indústria

% de venda para indústria	Impacto da legislação tributária					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	37,5%	19,6%	25,0%	8,9%	8,9%	57,1 %	25,0 %	17,8 %	100%
vende até 25%	70,4%	9,3%	11,1%	5,6%	3,7%	79,7 %	11,1 %	9,3 %	100%
+ de 25 a 50%	51,8%	16,1%	10,7%	16,1%	5,4%	67,9 %	10,7 %	21,5 %	100%
+ de 50 %	46,0%	19,0%	12,7%	4,8%	17,5%	65,0 %	12,7 %	22,3 %	100%
Geral	51,1%	16,2%	14,8%	8,7%	9,2%	67,3 %	14,8 %	17,9 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10d : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? legislação tributária

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

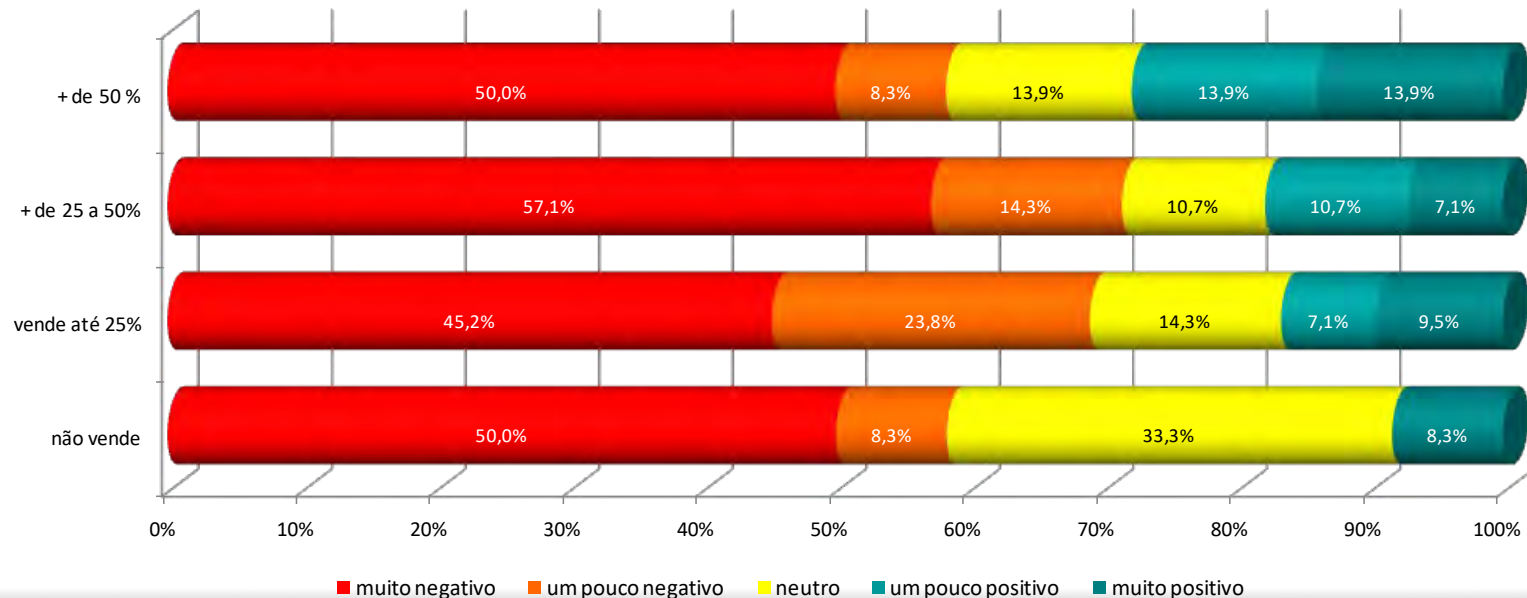
Por % de venda para instaladores

% de venda para instaladores	Impacto da legislação tributária					avaliação			total* *
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	50,0%	8,3%	33,3%		8,3%	58,3 %	33,3 %	8,3 %	100%
vende até 25%	45,2%	23,8%	14,3%	7,1%	9,5%	69,0 %	14,3 %	16,6 %	100%
+ de 25 a 50%	57,1%	14,3%	10,7%	10,7%	7,1%	71,4 %	10,7 %	17,8 %	100%
+ de 50 %	50,0%	8,3%	13,9%	13,9%	13,9%	58,3 %	13,9 %	27,8 %	100%
Geral	50,9%	16,2%	14,9%	8,8%	9,2%	67,1 %	14,9 %	18,0 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10d : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? legislação tributária

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2010

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

Por % de venda para consumidor final

% de venda para consumidor final	Impacto da legislação tributária					avaliação			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
não vende	51,7%	20,7%	10,3%	10,3%	6,9%	72,4 %	10,3 %	17,2 %	100%
vende até 25%	48,8%	15,0%	11,3%	7,5%	17,5%	63,8 %	11,3 %	25,0 %	100%
+ de 25 a 50%	51,6%	17,2%	17,2%	9,4%	4,7%	68,8 %	17,2 %	14,1 %	100%
+ de 50 %	52,7%	14,5%	20,0%	9,1%	3,6%	67,2 %	20,0 %	12,7 %	100%
Geral	50,9%	16,2%	14,9%	8,8%	9,2%	67,1 %	14,9 %	18,0 %	100%

Base: 223

* Pergunta 10d : Como você avalia os seguintes itens em termos de impacto para o setor de distribuição/revenda de material elétrico? legislação tributária

** a soma total dos %s pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento

