

Resultado Gerais

Prêmio

ABREME

Associação Brasileira dos Revendedores
e Distribuidores de Materiais Elétricos



2011



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. Total de empresas contactadas: 1.780. Total de participantes: 465.

Taxa de participação: 75% para o segmento mais representativo e 23% 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 2 de agosto a 23 de setembro de 2011.

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

As indicações foram obtidas através dos seguintes critérios:

- ✓ considerados quatro segmentos: Iluminação, Fios e Cabos, Dispositivos Elétricos e Material de Instalação. Indicação dos três melhores fornecedores .
- ✓ consideramos também três categorias de avaliação: apoio em marketing, apoio comercial e qualidade.
- ✓ foram indicados os três melhores fornecedores (em ordem) para cada segmento x categoria.
- ✓ foram indicados, independentemente de segmento e categoria, os três melhores fornecedores do ano em ordem de preferência.

O processamento para **cálculo dos rankings** visando a concessão do Prêmio ABREME 2011 obedeceu a dois tipos de ponderação:

- ✓ 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.

Pesquisa - Prêmio ABREME

Premiação: através da pesquisa foram indicados os vencedores de 17 prêmios:

- ✓ O vencedor de melhor fornecedor - 1 prêmio;
- ✓ Os três primeiros colocados em cada um dos quatro segmentos
 - ✓ Iluminação – 3 Prêmios
 - ✓ Fios e Cabos – 3 Prêmios
 - ✓ Dispositivos Elétricos – 3 Prêmios
 - ✓ Material de Instalação – 3 Prêmios
- ✓ Quatro menções de destaque para empresas em cada segmento de atuação que obtiveram um desempenho excepcional em termos de evolução no ranking

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 2011 seguem os códigos de ética da ABEP e ESOMAR.

Principais Resultados

Premiações 2011



Prêmio ABREME – 2011 – Melhor Fornecedor



Prêmio ABREME – 2011 - Segmentos



Prêmios	Iluminação	Fios e Cabos	Dispositivos	Instalação
Fornecedor Ouro	PHILIPS	Sil A MARCA DA ENERGIA	SIEMENS	CEllar legrand
Fornecedor Prata	OSRAM	PRYSMIAN CABLES & SYSTEMS	Schneider Electric	TIGRE
Fornecedor Bronze	SYLVANIA	Corfio Fios e cabos elétricos	STECK	wetzel DIVISÃO ELETROTÉCNICA



Prêmios	Iluminação	Fios e Cabos	Dispositivos	Instalação
Destaque do Ano	ECP	Cobrecom	SOPRANO Um universo de possibilidades.	Carbinox

Ranking ABREME 2011 - por Segmento

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

Indicados – Prêmio ABREME 2011

Prêmio ABREME 2011 Iluminação



PHILIPS



SYLVANIA



Indicados – Prêmio ABREME 2011



Prêmio ABREME
2011
Fios e Cabos



Indicados – Prêmio ABREME 2011



Prêmio ABREME 2011 Dispositivos



Indicados – Prêmio ABREME 2011

Prêmio ABREME 2011 Instalação

Carbinox



DAISA



CEllar

legrand

elecon



wetzel
DIVISÃO ELETROTÉCNICA

**GRUPO
INTELLI**

**New
Sense**
Intelligence, Intuition & Innovation

Indicados – Prêmio ABREME 2011



Prêmio ABREME
2011
Melhor
Fornecedor

SIEMENS



Prêmio ABREME – 2011 – por Segmentos



Prêmio ABREME 2011 Iluminação



Iluminação - Prêmio ABREME 2011 – Geral



PHILIPS



OSRAM



SYLVANIA



Iluminação - Prêmio ABREME 2011 – Geral

Ranking - Top 17

Ranking : Iluminação - Geral - 2011 - Ponderado		
nome	pontos	colocação
Philips	2.205,6	1
Osram	1.841,1	2
Sylvania	531,8	3
Abalux	490,2	4
FLC	463,0	5
Intral	416,8	6
ECP	386,5	7
Avant	325,6	8
Ouro Lux	250,8	9
Taschibra	200,4	10
Golden Plus	194,6	11
GE	194,4	12
RCG	127,8	13
Navile	109,7	14
Margirius Continental	108,4	15
FoxLux	100,5	16
Nutsteel	100,2	17

2010	
colocação	tendência
2	+
1	-
3	=
5	+
4	-
6	-
14	+
27	+
18	+
7	-
8	-
10	-
9	-
16	+
78	+
26	+
-	+



Iluminação - Prêmio ABREME 2011 – Apoio em Marketing



OSRAM



PHILIPS



Iluminação - Prêmio ABREME 2011 – Apoio em Marketing

Ranking – Top 17

Ranking : Iluminação - Apoio de Marketing 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Philips	25,4%	14,8%	10,9%	2.024	1
Osram	14,1%	24,6%	6,8%	1.649	2
FLC	6,8%	7,1%	6,8%	689	3
Sylvania	3,3%	10,1%	7,1%	590	4
Abalux	4,8%	4,2%	4,9%	459	5
Intral	4,0%	0,9%	10,5%	384	6
ECP	3,3%	3,9%	4,9%	366	7
Avant	5,8%	0,3%	0,8%	342	8
Ouro Lux	0,8%	3,6%	12,4%	309	9
GE	3,3%	0,9%	0,4%	216	10
Taschibra	1,8%	1,8%	3,8%	201	11
Golden Plus	1,0%	1,5%	6,0%	178	12
Pial Legrand	2,3%	1,2%	0,0%	164	13
FoxLux	2,0%	0,0%	0,0%	112	14
Navile	0,8%	2,1%	0,0%	108	15
Blumenau	0,5%	1,5%	2,6%	108	16
Margirius Continental	1,8%	0,0%	0,0%	98	17



Iluminação - Prêmio ABREME 2011 – Apoio Comercial



PHILIPS



Iluminação - Prêmio ABREME 2011 – Apoio Comercial

Ranking – Top 17

Ranking : Iluminação - Apoio Comercial 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Osram	17,0%	22,2%	8,7%	1.755	1
Philips	18,2%	13,5%	19,5%	1.702	2
Abalux	5,8%	4,7%	5,8%	551	3
Sylvania	2,2%	10,8%	8,7%	542	4
Intral	7,1%	3,0%	1,7%	527	5
ECP	2,4%	9,4%	7,9%	508	6
FLC	4,1%	1,3%	2,5%	314	7
Avant	4,6%	0,0%	0,8%	285	8
Golden Plus	4,1%	0,3%	1,2%	271	9
Ouro Lux	0,7%	3,0%	11,6%	266	10
Taschibra	2,4%	0,7%	4,1%	213	11
GE	2,9%	0,3%	0,4%	189	12
RCG	1,7%	2,4%	0,8%	179	13
FoxLux	1,9%	0,7%	0,0%	135	14
Margirius Continental	1,7%	0,3%	0,0%	111	15
Navile	0,7%	2,4%	0,0%	111	16
NUTSTEEL	1,7%	0,0%	0,0%	102	17



Iluminação - Prêmio ABREME 2011 – Qualidade



PHILIPS



SYLVANIA



Iluminação - Prêmio ABREME 2011 – Qualidade

Ranking – Top 17

Ranking : Iluminação - Qualidade 2011 - Ponderado

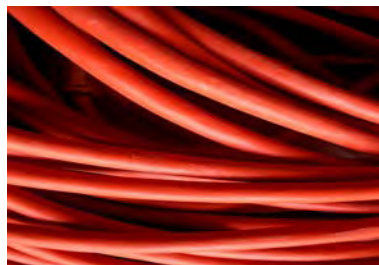
nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Philips	41,8%	5,0%	10,4%	2.740	1
Osram	14,4%	38,4%	1,5%	1.987	2
Sylvania	1,1%	5,9%	17,4%	442	3
Abalux	2,1%	9,0%	3,9%	428	4
FLC	3,4%	2,2%	10,8%	392	5
Avant	3,9%	3,4%	0,4%	333	6
Intral	1,6%	5,3%	5,4%	311	7
ECP	3,0%	0,6%	5,8%	261	8
Taschibra	2,1%	0,3%	3,9%	176	9
GE	2,7%	0,3%	0,0%	171	10
Ouro Lux	0,0%	4,0%	4,6%	171	11
Golden Plus	1,8%	0,0%	1,2%	122	12
Margirius Continental	1,8%	0,0%	0,0%	108	13
Navile	0,7%	2,2%	0,0%	104	14
NUTSTEEL	1,6%	0,0%	0,0%	95	15
RCG	0,5%	1,5%	1,9%	95	16
Alumbra	1,1%	0,6%	0,4%	90	17



Prêmio ABREME – 2011 – por Segmentos



Prêmio ABREME 2011 Fios e Cabos



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2011 – Geral



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2011 – Geral

Ranking – Top 17

Ranking : Fios e Cabos - Geral - 2011 - Ponderado		
nome	pontos	colocação
Sil	1.773,6	1
Prysmian Pirelli	1.478,9	2
Corfio	972,2	3
Nexans – Ficap	879,2	4
Phelps Dodge	759,2	5
Nambei	716,8	6
Cobrecom IFC	605,5	7
Wirex Cable	386,8	8
Induscabos	289,9	9
Wireflex	208,5	10
Brascopper CBC	193,4	11
Cordeiro	166,7	12
Conduspar	157,3	13
Megatron	155,5	14
Condumig	134,7	15
Cobremack	116,0	16
Lamesa	90,5	17

2010	
colocação	tendência
2	+
1	-
4	=
3	-
6	+
5	-
11	+
8	=
7	-
-	+
9	-
13	-
10	-
15	+
24	+
33	+
16	-



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2011 – Apoio em Marketing



PRYSMIAN
CABLES & SYSTEMS



Sil
A MARCA DA ENERGIA



Corfio
Fios e cabos elétricos



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2011 – Apoio em Marketing

Ranking – Top 17

Ranking : Fios e Cabos - Apoio de Marketing 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Sil	22,0%	18,1%	11,5%	1.969	1
Prysmian Pirelli	12,3%	14,0%	16,5%	1.325	2
Corfio	11,3%	8,3%	6,0%	982	3
Phelps Dodge	9,2%	6,8%	3,7%	787	4
Nexans – Ficap	9,7%	3,0%	9,6%	781	5
Nambei	8,9%	6,4%	4,6%	771	6
Cobrecom IFC	5,2%	8,3%	4,6%	602	7
Wirex Cable	2,1%	6,0%	4,1%	343	8
Induscabos	2,6%	1,1%	7,8%	280	9
Wireflex	3,4%	0,8%	0,0%	227	10
Megatron	2,1%	3,4%	0,5%	227	11
Brascopper CBC	1,0%	3,4%	4,1%	206	12
Cordeiro	0,5%	5,3%	0,0%	180	13
Condu spar	0,5%	3,8%	1,8%	158	14
Condumig	1,0%	1,1%	0,0%	95	15
Cobremack	0,8%	1,5%	0,0%	90	16
IPCE	0,3%	0,8%	3,7%	79	17



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2011 – Apoio Comercial



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2011 – Apoio Comercial

Ranking – Top 17

Ranking : Fios e Cabos - Apoio Comercial 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Sil	19,4%	14,8%	18,1%	1.794	1
Prysmian Pirelli	7,8%	17,3%	19,0%	1.174	2
Corfio	11,8%	10,2%	1,3%	1.016	3
Nexans – Ficap	10,5%	1,1%	11,5%	798	4
Phelps Dodge	8,1%	7,4%	4,4%	748	5
Cobrecom IFC	8,8%	5,3%	0,4%	689	6
Nambei	8,1%	5,3%	4,4%	689	7
Wirex Cable	2,0%	8,8%	4,0%	411	8
Induscabos	4,4%	0,7%	6,6%	362	9
Wireflex	3,2%	0,7%	0,0%	213	10
Conduspar	2,0%	1,8%	1,8%	188	11
Brascopper CBC	0,7%	3,5%	4,0%	188	12
Condumig	2,5%	0,7%	0,0%	168	13
Cordeiro	0,5%	4,6%	0,0%	159	14
Cobremack	0,7%	3,5%	0,0%	144	15
Megatron	0,2%	2,8%	3,5%	134	16
GP Cabos	0,0%	3,2%	0,0%	89	17



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2011 – Qualidade



Fios e Cabos - Prêmio ABREME 2011 – Qualidade

Ranking – Top 17

Ranking : Fios e Cabos - Qualidade 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Prysmian Pirelli	24,5%	14,5%	0,9%	1.909	1
Sil	15,5%	12,8%	24,8%	1.578	2
Nexans – Ficap	13,6%	6,2%	3,0%	1.041	3
Corfio	7,5%	15,9%	1,3%	916	4
Phelps Dodge	8,5%	6,6%	3,9%	743	5
Nambei	7,1%	5,5%	10,0%	695	6
Cobrecom IFC	4,5%	6,2%	7,0%	523	7
Wirex Cable	1,9%	9,0%	3,0%	398	8
Induscabos	0,9%	4,5%	3,9%	225	9
Wireflex	3,1%	0,0%	0,0%	187	10
Brascopper CBC	0,9%	2,1%	6,5%	187	11
Cordeiro	1,6%	0,0%	5,7%	163	12
Condumig	1,9%	0,7%	0,0%	134	13
Lamesa	1,6%	0,7%	0,9%	129	14
Condu spar	0,5%	1,7%	4,3%	125	15
Megatron	0,2%	1,0%	6,5%	115	16
Cobremack	0,7%	1,4%	2,6%	110	17



Prêmio ABREME – 2011 – por Segmentos



Prêmio ABREME 2011 Dispositivos



Dispositivos - Prêmio ABREME 2011 – Geral



SIEMENS

Schneider
 **Electric**



STECK
Reconhecimento & Inovação em Energia



Dispositivos - Prêmio ABREME 2011 – Geral

Ranking – Top 17

Ranking : Dispositivos - Geral - 2011 - Ponderado		
nome	pontos	colocação
Siemens	2.389,3	1
Schneider	1.949,9	2
Steck	1.433,1	3
Pial Legrand	872,8	4
GE	483,3	5
Lorenzetti	308,9	6
Weg	307,7	7
Eletromar	222,6	8
Soprano	208,2	9
Eaton – Moeller	167,9	10
JNG – Induspar	149,1	11
Alumbra	135,5	12
ABB	130,7	13
Fame	119,8	14
Margirius Continental	117,6	15
Sica	98,1	16
Ace Schmersal	97,3	17

2010	
colocação	tendência
1	=
2	=
3	=
4	=
5	=
7	+
6	-
7	-
13	+
20	-
8	-
14	+
12	-
9	+
-	+
46	+
11	-



Dispositivos - Prêmio ABREME 2011 – Apoio em Marketing



SIEMENS

Schneider
 **Electric**



STECK
Reinigungs- & Elektroartikel



Dispositivos - Prêmio ABREME 2011 – Apoio em Marketing

Ranking – Top 17

Ranking : Dispositivos - Apoio de Marketing 2011 - Ponderado

nome	1o lugar	2o lugar	3o lugar	pontos	colocação 2011
Siemens	20,5%	31,3%	7,8%	2.221	1
Schneider	24,0%	18,2%	6,5%	2.023	2
Steck	14,1%	16,6%	14,7%	1.492	3
Pial Legrand	7,9%	2,9%	18,8%	773	4
GE	5,4%	2,0%	12,2%	521	5
Lorenzetti	4,7%	1,0%	1,6%	324	6
Weg	3,2%	2,3%	4,9%	314	7
Soprano	2,5%	3,9%	0,4%	266	8
Eletromar	1,7%	3,6%	2,9%	241	9
Alumbra	3,0%	1,0%	0,8%	212	10
Eaton – Moeller	3,5%	0,0%	0,0%	203	11
JNG – Induspar	2,2%	0,0%	4,1%	179	12
ABB	1,0%	1,6%	2,4%	135	13
Margirius Continental	1,5%	1,3%	0,0%	126	14
Ace Schmersal	0,0%	0,0%	8,6%	101	15
Sica	0,2%	2,0%	0,8%	82	16
Fame	0,7%	1,0%	0,4%	77	17



Dispositivos - Prêmio ABREME 2011 – Apoio Comercial



SIEMENS



STECK



Dispositivos - Prêmio ABREME 2011 – Apoio Comercial

Ranking – Top 17

Ranking : Dispositivos - Apoio Comercial 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Schneider	26,3%	13,6%	8,8%	2.067	1
Siemens	20,2%	18,0%	23,1%	1.994	2
Steck	15,7%	20,7%	15,1%	1.704	3
Pial Legrand	7,0%	14,6%	9,7%	946	4
GE	4,1%	2,0%	12,6%	449	5
Weg	3,1%	3,1%	2,5%	304	6
Lorenzetti	3,6%	2,0%	1,3%	290	7
Eletromar	1,4%	3,4%	2,9%	217	8
Soprano	1,2%	4,1%	0,4%	193	9
Eaton – Moeller	2,2%	1,7%	0,0%	179	10
JNG – Induspar	2,2%	0,0%	4,2%	179	11
ABB	1,7%	0,0%	2,9%	135	12
Fame	1,4%	0,7%	0,8%	116	13
Ace Schmersal	0,2%	2,0%	3,8%	116	14
Sica	0,7%	2,0%	0,8%	111	15
Alumbra	1,2%	0,7%	0,8%	101	16
Margirius Continental	0,7%	2,0%	0,0%	101	17



Dispositivos - Prêmio ABREME 2011 – Qualidade



SIEMENS

Schneider
 **Electric**



STECK
Industries Electricas S.A.



Dispositivos - Prêmio ABREME 2011 – Qualidade

Ranking – Top 17

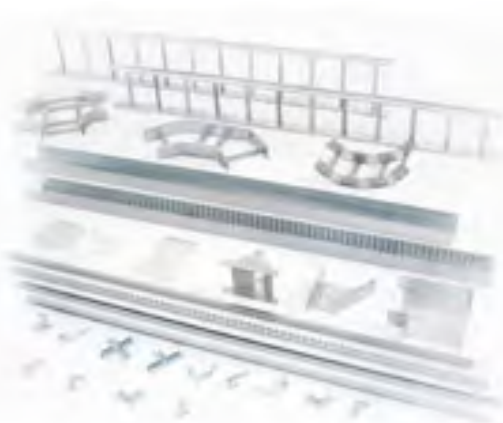
Ranking : Dispositivos - Qualidade 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Siemens	40,2%	16,5%	3,3%	2.928	1
Schneider	16,1%	25,9%	6,1%	1.770	2
Steck	8,2%	11,4%	25,6%	1.111	3
Pial Legrand	6,3%	15,5%	6,1%	885	4
GE	5,4%	2,4%	8,1%	485	5
Lorenzetti	3,7%	2,4%	2,0%	315	6
Weg	4,0%	0,3%	4,9%	306	7
Eletromar	2,1%	1,3%	4,1%	212	8
Soprano	1,2%	3,7%	0,0%	174	9
Fame	1,9%	1,3%	0,8%	160	10
Repume	0,9%	3,0%	0,0%	141	11
Margirius Continental	1,6%	1,0%	0,0%	127	12
Eaton – Moeller	0,9%	0,0%	6,1%	127	13
ABB	0,9%	1,3%	2,4%	122	14
Alumbra	1,4%	0,3%	0,8%	104	15
Sica	0,7%	1,3%	1,6%	99	16
JNG – Induspar	0,0%	0,3%	7,3%	94	17

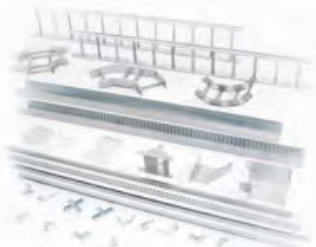


Prêmio ABREME – 2011 – por Segmentos

Prêmio ABREME 2011 Instalação



Instalação - Prêmio ABREME 2011 – Geral

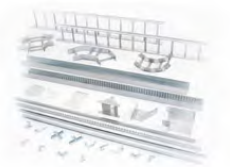


Instalação - Prêmio ABREME 2011 – Geral

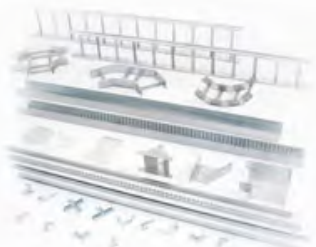
Ranking – Top 17

Ranking : Instalação - Geral - 2011 - Ponderado		
nome	pontos	colocação
Cemar	1.645,4	1
Tigre	1.051,5	2
Wetzel	607,0	3
Daisa	526,9	4
Carbinox	465,0	5
Intelli	442,7	6
Elecon	402,8	7
Real Perfil	333,8	8
Amanco	309,6	9
Tramontina - Forjasul Eletrik	281,1	10
Pial Legrand	263,8	11
Dutoplast	247,2	12
Calhas Kennedy	210,8	13
Tyco	207,8	14
Dispan	194,4	15
Poleoduto – Enmac	170,4	16
3M	163,6	17

2010	
colocação	tendência
1	=
3	+
2	-
5	+
7	+
6	=
4	-
9	+
13	+
10	=
-	+
28	+
8	-
54	+
14	-
20	+
17	=



Instalação - Prêmio ABREME 2011 – Apoio em Marketing



CEMAR

legrand

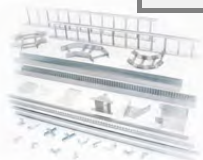


Instalação - Prêmio ABREME 2011 – Apoio em Marketing

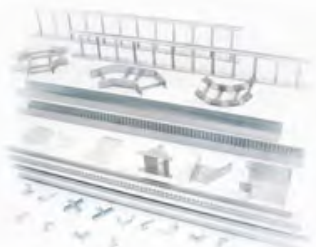
Ranking – Top 17

Ranking : Instalação - Apoio de Marketing 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Cemar	19,3%	5,9%	20,7%	1.574	1
Tigre	9,5%	10,2%	9,1%	969	2
Daisa	7,4%	4,3%	0,5%	572	3
Wetzel	4,6%	5,5%	10,1%	550	4
Elecon	4,1%	7,9%	2,4%	495	5
Intelli	3,3%	7,1%	5,8%	462	6
Dutoplast	4,6%	2,0%	0,5%	341	7
Amanco	3,0%	3,9%	2,9%	325	8
Carbinox	1,1%	7,1%	3,8%	308	9
Pial Legrand	4,1%	2,0%	0,0%	303	10
Tramontina - Forjasul Eletrik	3,8%	2,4%	0,0%	297	11
Real Perfil	3,8%	0,4%	4,3%	292	12
Tyco	2,2%	3,1%	0,0%	220	13
Calhas Kennedy	1,1%	5,1%	1,0%	220	14
Dispan	1,6%	2,8%	3,4%	215	15
Hellerman	1,6%	3,5%	0,0%	198	16
Metalurgica Melf	2,7%	0,0%	1,9%	187	17



Instalação - Prêmio ABREME 2011 – Apoio Comercial

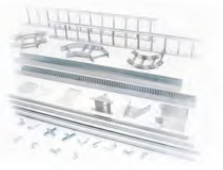


Instalação - Prêmio ABREME 2011 – Apoio Comercial

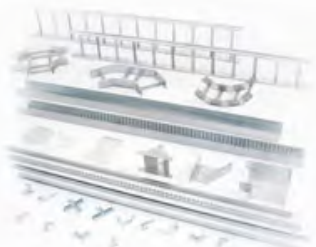
Ranking – Top 17

Ranking : Instalação - Apoio Comercial 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Cemar	17,6%	9,2%	12,7%	1.520	1
Tigre	10,9%	8,1%	8,5%	998	2
Carbinox	6,5%	7,6%	6,1%	666	3
Wetzel	5,4%	10,3%	5,7%	648	4
Daisa	7,0%	3,8%	2,4%	574	5
Intelli	3,1%	7,0%	3,8%	402	6
Real Perfil	3,6%	3,8%	4,2%	373	7
Amanco	3,9%	2,2%	2,8%	338	8
Elecon	2,1%	7,6%	2,8%	333	9
Dutoplast	4,4%	0,0%	0,5%	298	10
Tramontina - Forjasul Eletrik	3,1%	3,2%	0,0%	275	11
Pial Legrand	3,9%	0,0%	0,0%	258	12
Calhas Kennedy	1,0%	4,9%	5,2%	235	13
Tyco	2,1%	2,7%	0,0%	195	14
Dispan	0,8%	4,3%	2,4%	172	15
Poleoduto – Enmac	1,8%	2,2%	0,0%	166	16
Perfiluz	1,8%	1,6%	0,0%	155	17



Instalação - Prêmio ABREME 2011 – Qualidade



CEMAR

 **legrand**



 **wetzel**
DIVISÃO ELETROTÉCNICA

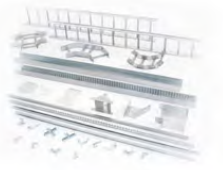


Instalação - Prêmio ABREME 2011 – Qualidade

Ranking – Top 17

Ranking : Instalação - Qualidade 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Cemar	23,2%	11,6%	7,0%	1.830	1
Tigre	15,4%	6,4%	4,2%	1.175	2
Wetzel	4,5%	10,8%	4,2%	614	3
Intelli	5,3%	4,0%	2,8%	467	4
Daisa	2,5%	9,2%	3,7%	440	5
Carbinox	4,3%	1,2%	8,9%	399	6
Elecon	1,3%	7,6%	10,3%	393	7
3M	5,3%	0,0%	2,8%	362	8
Real Perfil	2,0%	6,0%	4,2%	330	9
Tramontina - Forjasul Eletrik	3,0%	3,2%	0,0%	273	10
Amanco	2,3%	3,6%	2,8%	267	11
Pial Legrand	2,5%	2,0%	2,3%	236	12
Tyco	2,0%	3,2%	0,0%	210	13
Dispan	0,8%	5,2%	1,4%	199	14
Poleoduto – Enmac	2,3%	1,6%	0,0%	184	15
Steck	1,3%	4,0%	0,0%	184	16
Calhas Kennedy	1,0%	2,8%	3,7%	178	17



Prêmio ABREME – 2011 – Geral



Prêmio ABREME 2011 Melhor Fornecedor



Melhor Fornecedor - Prêmio ABREME 2011



SIEMENS



PIAL
legrand®



Melhor Fornecedor - Prêmio ABREME 2011 – Geral

Ranking – Top 27

Ranking : Melhor Fornecedor 2011 - Ponderado

nome	1º lugar	2º lugar	3º lugar	pontos 2011	colocação 2011
Schneider	10,6%	9,6%	11,7%	1.046	1
Siemens	5,7%	13,6%	2,2%	752	2
Pial Legrand	6,6%	2,5%	7,7%	556	3
Steck	4,4%	6,2%	5,9%	515	4
Philips	4,2%	4,8%	7,4%	482	5
Sil	5,3%	3,4%	1,9%	429	6
Nexans – Ficap	4,4%	0,0%	2,8%	294	7
Osram	0,6%	4,5%	8,0%	274	8
Nambei	3,4%	1,4%	0,6%	245	9
Tigre	3,0%	0,8%	0,9%	208	10
Carbinox	2,8%	0,0%	3,4%	204	11
Cobrecom IFC	2,5%	1,1%	1,9%	204	12
Fame	2,5%	1,1%	1,5%	200	13
Lorenzetti	1,9%	2,0%	0,3%	172	14
GE	2,3%	0,8%	0,6%	167	15
ECP	0,8%	3,1%	1,9%	163	16
Wirex Cable	1,7%	2,0%	0,0%	155	17
Cemar	0,4%	2,8%	3,7%	155	18
FLC	1,9%	0,6%	0,9%	139	19
Phelps Dodge	0,8%	1,7%	2,2%	127	20
Induscabos	1,9%	0,0%	0,0%	110	21
Wireflex	1,9%	0,0%	0,0%	110	22
Taschibra	1,5%	0,8%	0,0%	110	23
Corfio	1,1%	1,4%	0,6%	110	24
Avant	1,1%	1,1%	0,6%	102	25
Weg	1,3%	0,6%	0,6%	98	26
Alumbra	1,5%	0,0%	0,6%	94	27



Outros Resultados

Prêmio ABREME – 2011

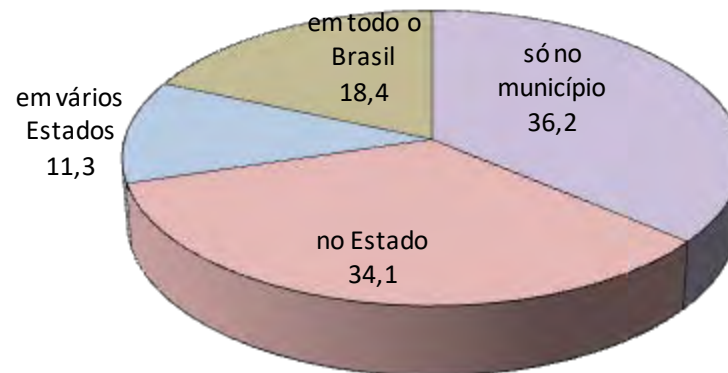
Perfil Frequências

Prêmio ABREME – 2011

Região de Atuação Comercial Frequências

Região de Atuação Comercial	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
só no município	35,8	36,2	36,2
no Estado	33,7	34,1	70,3
em vários Estados	11,2	11,3	81,6
em todo o Brasil	18,2	18,4	100,0
não sabe/em branco	1,1		
total	100,0	100,0	

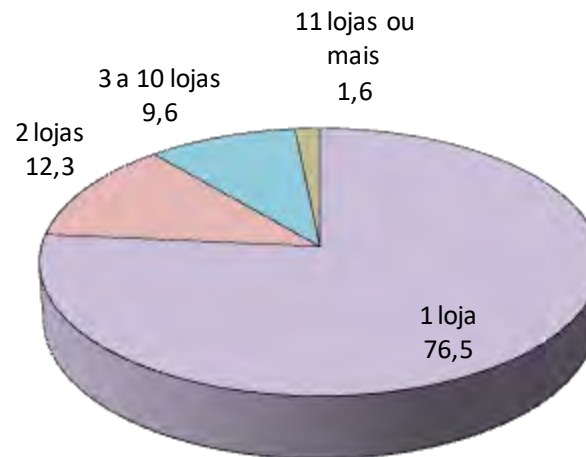
* a soma total dos % pode ser inferior ou exceder 100% em função de arredondamento



Prêmio ABREME – 2011

Número de Lojas	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
1 loja	76,5	76,5	76,5
2 lojas	12,3	12,3	88,8
3 a 10 lojas	9,6	9,6	98,4
11 lojas ou mais	1,6	1,6	100,0
não sabe/em branco	0,0		
total	100,0	100,0	
média:	1.94		

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

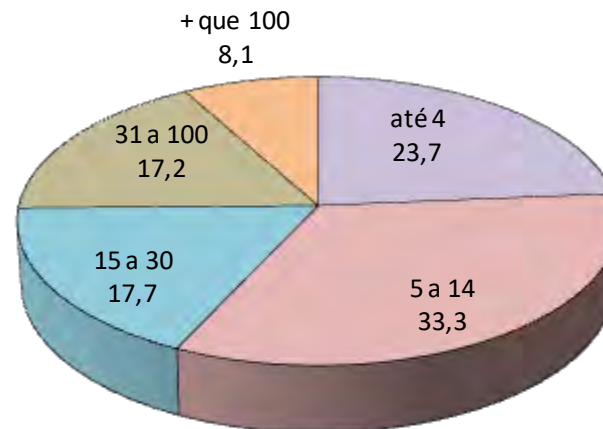


Prêmio ABREME – 2011

Número de Empregados Frequências

Número de Empregados	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
até 4	23,5	23,7	23,7
5 a 14	33,2	33,3	57,0
15 a 30	17,6	17,7	74,7
31 a 100	17,1	17,2	91,9
+ que 100	8,0	8,1	100,0
não sabe/em branco	0,5		
total	100,0	100,0	
média:	43,0		

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

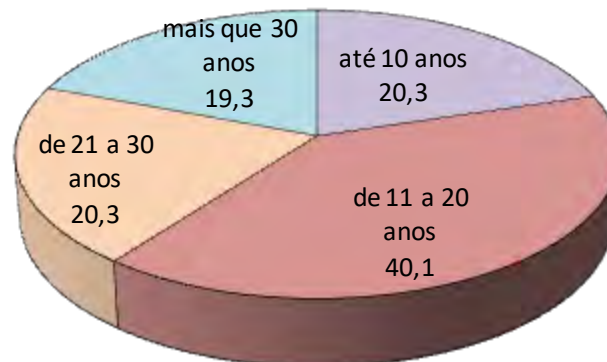


Prêmio ABREME – 2011

Tempo da Empresa no Mercado Frequências

Tempo da Empresa no Mercado	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
até 10 anos	20,3	20,3	20,3
de 11 a 20 anos	40,1	40,1	60,4
de 21 a 30 anos	20,3	20,3	80,7
mais que 30 anos	19,3	19,3	100,0
não sabe/em branco	0,0		
total	100,0	100,0	
média:	21,3		

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

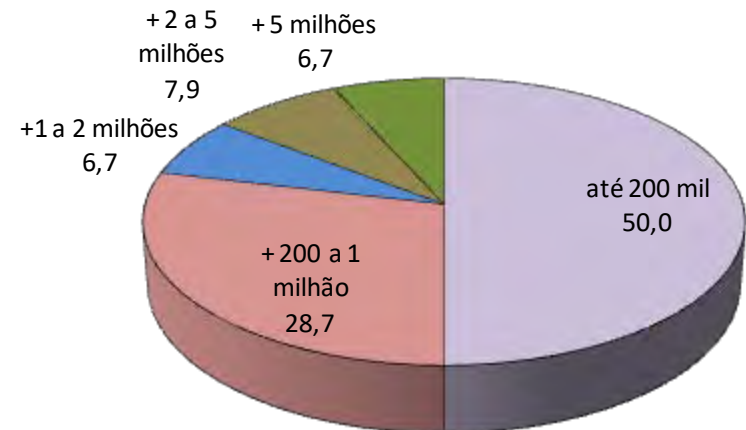


Prêmio ABREME – 2011

Faturamento Mensal Frequências

Faturamento Mensal	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
até 200 mil	47,6	50,0	50,0
+ 200 a 1 milhão	27,3	28,7	78,7
+1 a 2 milhões	6,4	6,7	85,4
+ 2 a 5 milhões	7,5	7,9	93,3
+ 5 milhões	6,4	6,7	100,0
não sabe/não informou	4,8		
total	100,0	100,0	

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

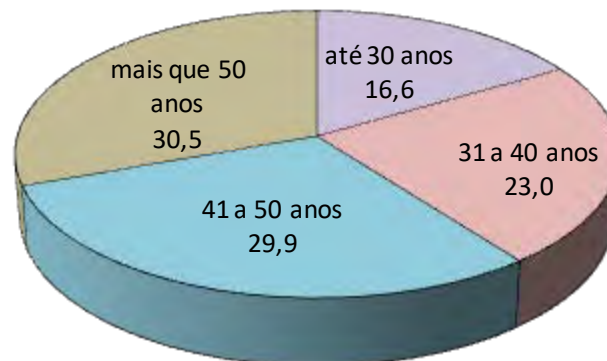


Prêmio ABREME – 2011

Idade do Respondente Frequências

Idade do Respondente	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
até 30 anos	16,6	16,6	16,6
31 a 40 anos	23,0	23,0	39,6
41 a 50 anos	29,9	29,9	69,5
mais que 50 anos	30,5	30,5	100,0
não sabe/em branco	0,0		
total	100,0	100,0	
média:	44,2		

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

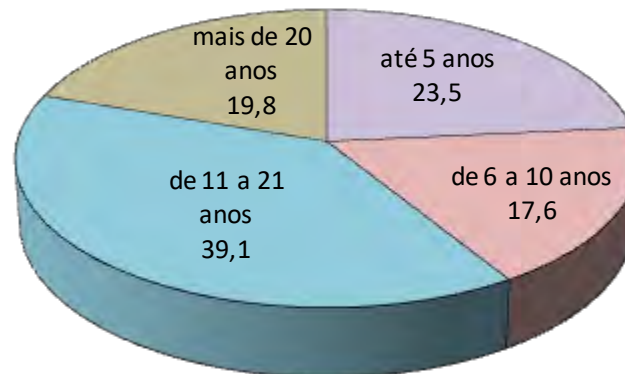


Prêmio ABREME – 2011

Tempo do Respondente na Empresa Frequências

Tempo do Respondente na Empresa	% total de respostas*	% respostas válidas*	% acumulado
até 5 anos	23,5	23,5	23,5
de 6 a 10 anos	17,6	17,6	41,1
de 11 a 21 anos	39,1	39,1	80,2
mais de 20 anos	19,8	19,8	100,0
não sabe/em branco	0,0		
total	100,0	100,0	
média:	15,0		

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



Prêmio ABREME – 2011

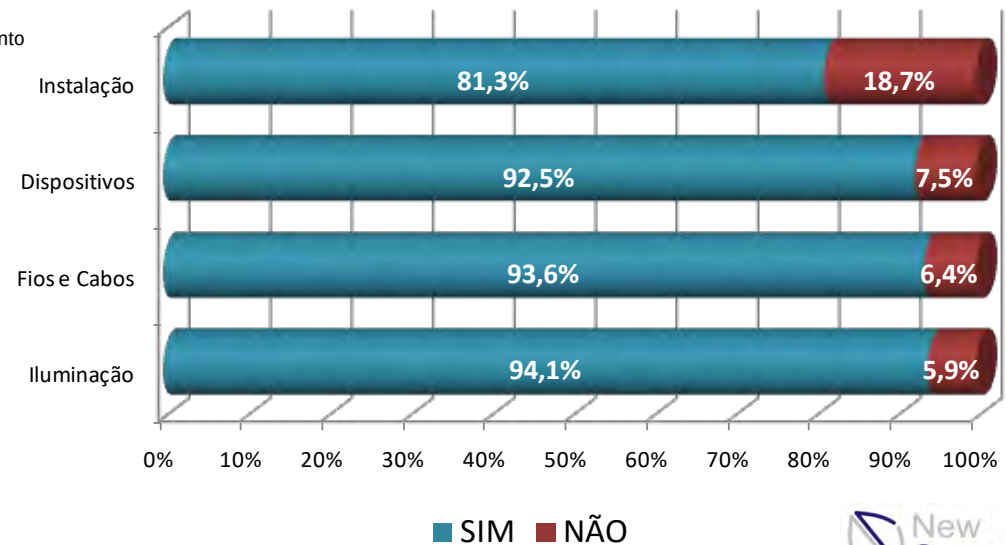
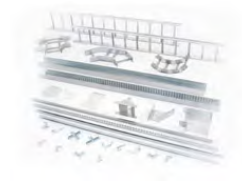
Atuação nos Vários Segmentos Avaliados

Frequências

Segmentos	Atuação nos Vários Segmentos Avaliados		total*
	SIM	NÃO	
Iluminação	94,1%	5,9%	100%
Fios e Cabos	93,6%	6,4%	100%
Dispositivos	92,5%	7,5%	100%
Instalação	81,3%	18,7%	100%

Base: 465

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



Prêmio ABREME – 2011

Quantidade de Fornecedores e Itens

Estatísticas Descritivas por Segmento

Segmentos	número de fornecedores				número de itens			
	média	desvio padrão	mínimo	máximo	média	desvio padrão	mínimo	máximo
Iluminação	14,4	24,10	1	250	930,4	1.815,66	4	15.000
Fios e Cabos	4,5	3,16	1	20	371,3	1.043,76	2	10.000
Dispositivos	7,4	11,01	1	100	1.082,1	2.459,42	5	20.000
Instalação	7,0	8,72	1	50	743,8	1.502,27	1	10.000

Base: 465



Prêmio ABREME – 2011

% de Venda por Tipo de Cliente

Frequências

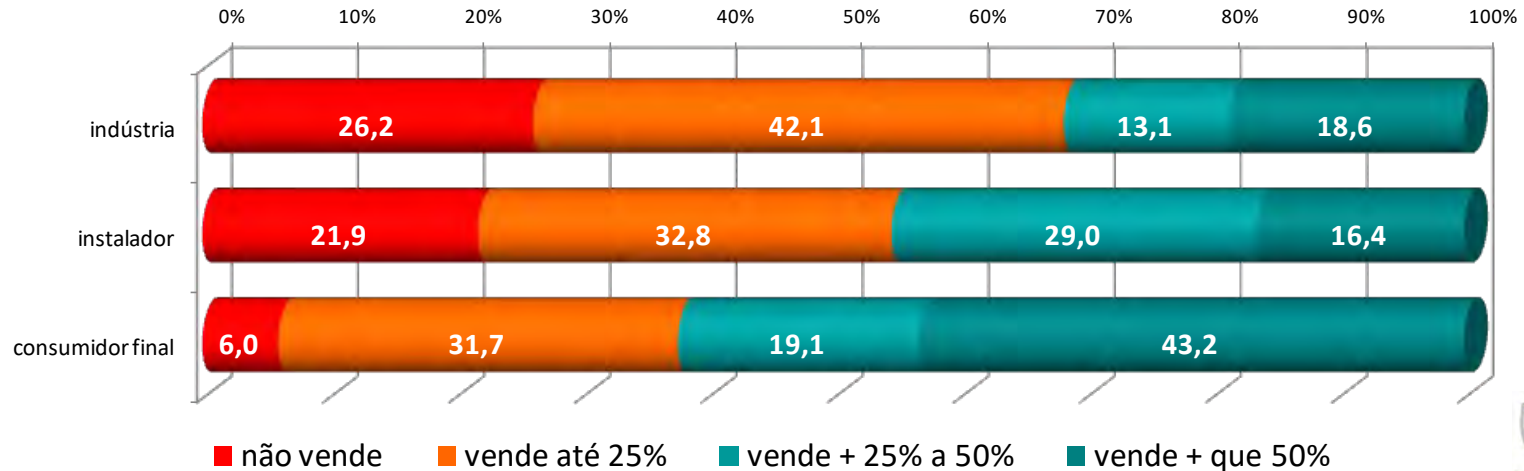
Tipo de Cliente	% de Venda por Tipo de Cliente				avaliação		total*	média % geral**	média % base válida***
	não vende	vende até 25%	vende + 25% a 50%	vende + que 50%	vende até 50 %	vende mais da metade			
indústria	26,2	42,1	13,1	18,6	81,4	18,6	100,0	23,4	31,7
instalador	21,9	32,8	29,0	16,4	83,6	16,4	100,0	28,2	36,1
consumidor final	6,0	31,7	19,1	43,2	56,8	43,2	100,0	48,4	51,5

Base: 465

* 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



Outras Informações

Frequências

Prêmio ABREME – 2011

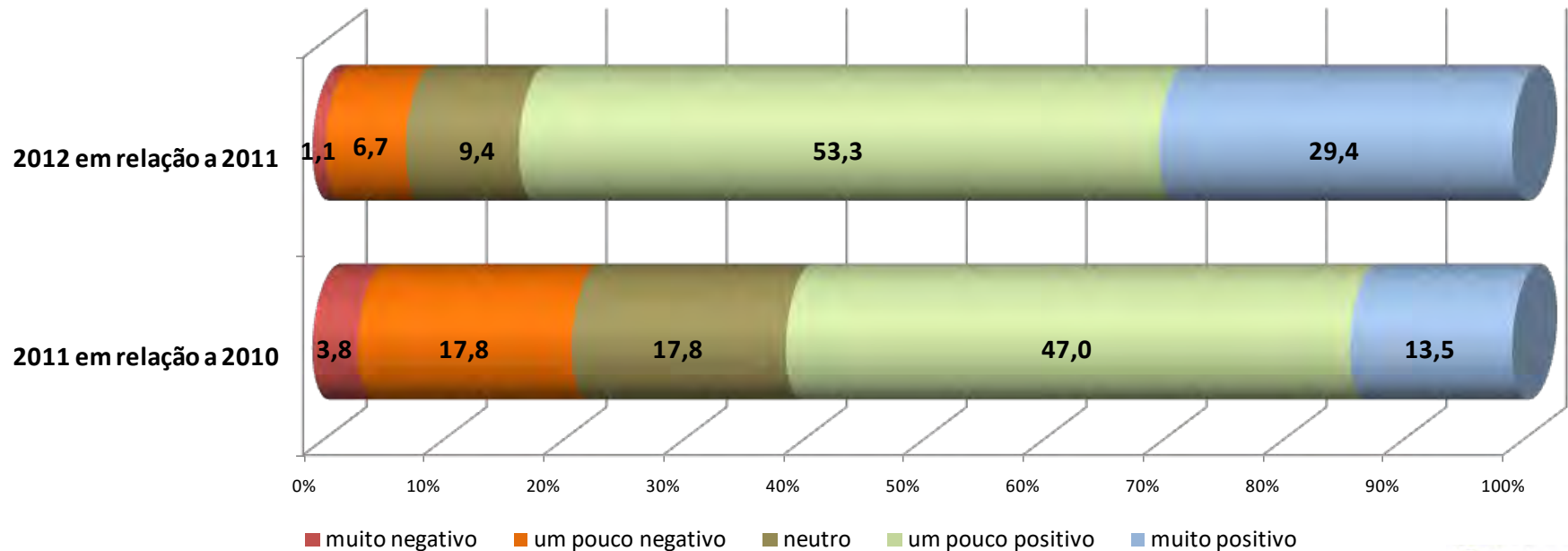
Item	Avaliação da evolução/expectativa do faturamento* - %					avaliação - %			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
2011 em relação a 2010	3,8	17,8	17,8	47,0	13,5	21,6	17,8	60,5	100,0
2012 em relação a 2011	1,1	6,7	9,4	53,3	29,4	7,8	9,4	82,8	100,0

Base: 465

* Pergunta 8 : Como você compara 2011 em relação a 2010 quanto ao faturamento total de sua empresa?

* Pergunta 9 : Qual a sua expectativa com relação ao faturamento de 2012 em relação a 2011?

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



Prêmio ABREME – 2011

Premio ABREME - 2011

Avaliação do Impacto

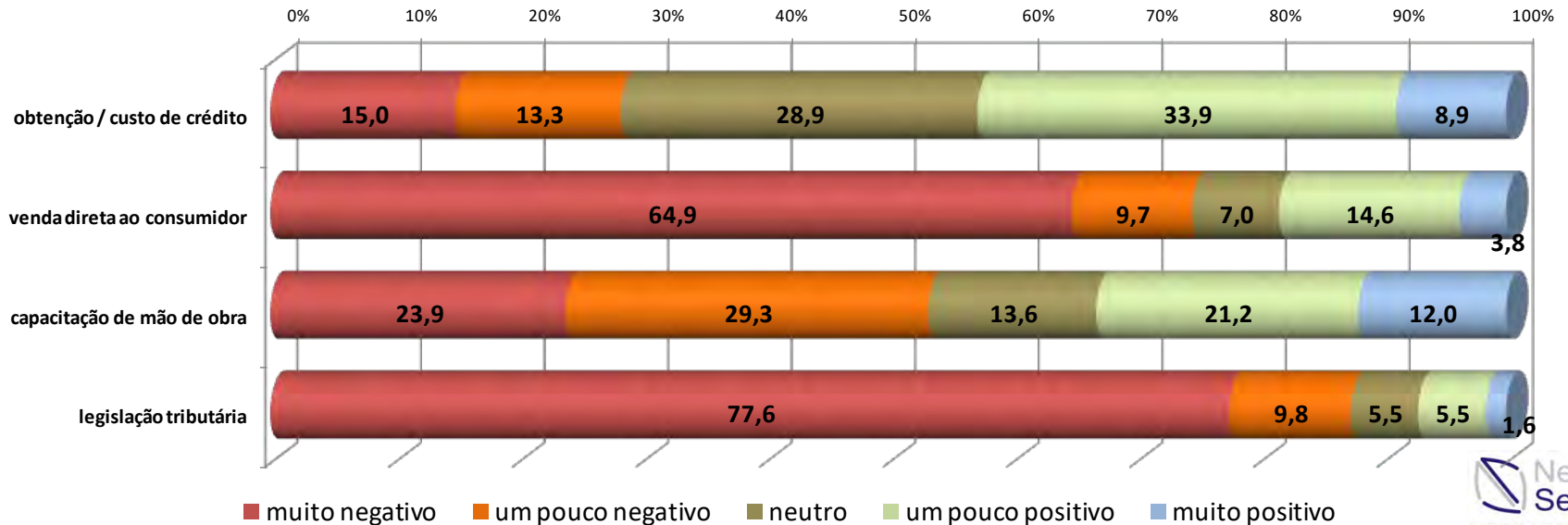
Frequências

Item	Avaliação do Impacto* - % de respostas					avaliação - %			total**
	muito negativo	um pouco negativo	neutro	um pouco positivo	muito positivo	avaliação negativa	avaliação neutra	avaliação positiva	
obtenção / custo de crédito	15,0	13,3	28,9	33,9	8,9	28,3	28,9	42,8	100,0
venda direta ao consumidor	64,9	9,7	7,0	14,6	3,8	74,6	7,0	18,4	100,0
capacitação de mão de obra	23,9	29,3	13,6	21,2	12,0	53,3	13,6	33,2	100,0
legislação tributária	77,6	9,8	5,5	5,5	1,6	87,4	5,5	7,1	100,0

Base: 465

* Pergunta 13 : 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 – 2011

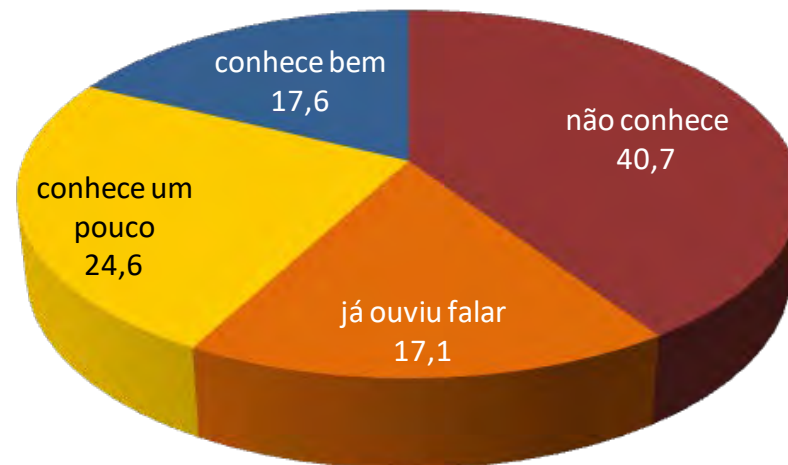
Atuação ABREME

Prêmio ABREME – 2011

Prêmio ABREME - 2011 Conhecimento ABREME Frequências

Conhecimento ABREME	% total de respostas*	% acumulado
não conhece	40,7	40,7
já ouviu falar	17,1	57,8
conhece um pouco	24,6	82,4
conhece bem	17,6	100,0
total	100,0	

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



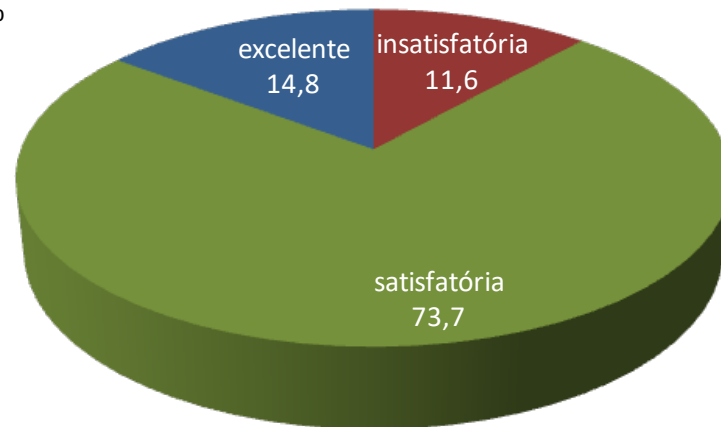
■ não conhece ■ já ouviu falar ■ conhece um pouco ■ conhece bem

Prêmio ABREME – 2011

Prêmio ABREME - 2011 Avaliação da Atuação da ABREME Frequências

Avaliação da Atuação da ABREME	% total de respostas*	% de respostas válidas*	% acumulado
insatisfatória	5,9	11,6	11,6
satisfatória	37,4	73,7	85,2
excelente	7,5	14,8	100,0
não sabe	8,6		
não conhece ABREME	40,6		
total	100,0	100,0	

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



■ insatisfatória ■ satisfatória ■ excelente

Prêmio ABREME – 2011

Prêmio ABREME - 2011 Sugestão de ações para ABREME Frequências

O que ABREME pode fazer / qual apoio pode dar ao setor*:	%
Divulgar o nome da minha empresa	8,6%
Ampliar conhecimento de fornecedores no mercado / divulgar fornecedores	7,5%
Apoio nas questões tributárias junto ao governo / assessoria fiscal	5,3%
Prestar informações sobre tendências do mercado / setor	4,8%
Investir em política voltada para pequeno empresário / apoio aos pequenos	4,3%
Proibir venda direta ao consumidor final (vendas devem ser feitas através das distribuidoras)	3,7%
Ajudar com incentivo através de propaganda	3,2%
Divulgação do produto	2,7%
Investir em pesquisa / estudos de mercado / dimensionar mercado	2,7%
Estar atualizado com ações da ABREME (o que ela faz / ter maior contato / mais informações)	2,7%
Informações técnicas de padrão / criar normas para que todas as empresas trabalhem com o mesmo padrão	2,7%
Divulgar parceiros na mídia	2,1%
Dar apoio legal / divulgar / dar informações sobre LEIS	1,6%
Indicação de produtos com qualidade	1,6%
Maior interatividade usando a internet (divulgação/novidades do setor)	1,6%
Outros**	14,6%
nada	2,1%
Não sabe / não respondeu	45,0%

*respostas múltiplas

Outras respostas

Ampliar conhecimento de distribuidores no mercado
Atender clientes finais com valores mais altos para dar chance aos distribuidores / revendedores
Auxílio em negociações políticas que afetam o setor
Baixar valores dos produtos
Brigar com fornecedores para que eles não imponham regras
Cobertura dos treinamentos in company realizados pela PEU
Combater a evasão fiscal
Defender junto aos fornecedores fidelidade dos fabricantes
Diminuir as taxas de obtenção de crédito
Divulgação de preços
Existir um crédito maior para dias de entrega
Facilitar vendas interestaduais
Fazer ponte entre indústria e cliente através de eventos / feiras
Garantia do produto
Indicação de produtos com preço baixo
Investir em qualidade do pós venda
Investir em treinamento
Lutar pelos direitos dos revendedores
Oferecer cursos de compra / venda / negociações
Oferecer cursos semanais rápidos
Orientar em termos do INMETRO
Orientar sobre encargos trabalhistas

Prêmio ABREME – 2011

Cruzamentos Variáveis de Porte

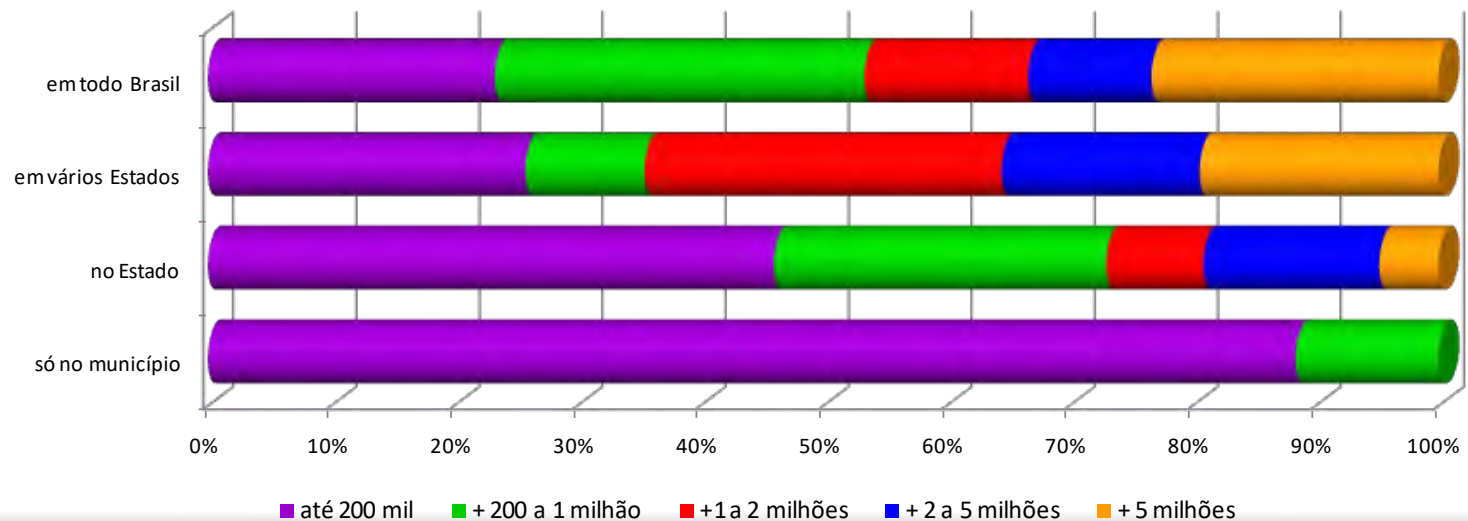
Prêmio ABREME – 2011

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



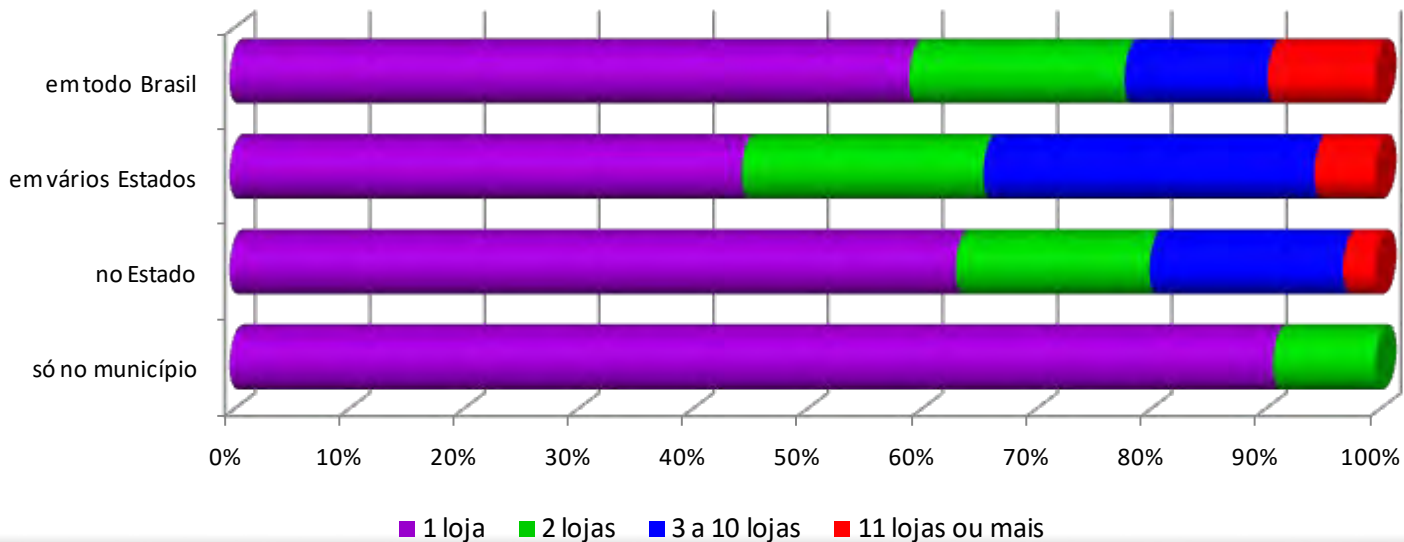
Prêmio ABREME – 2011

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



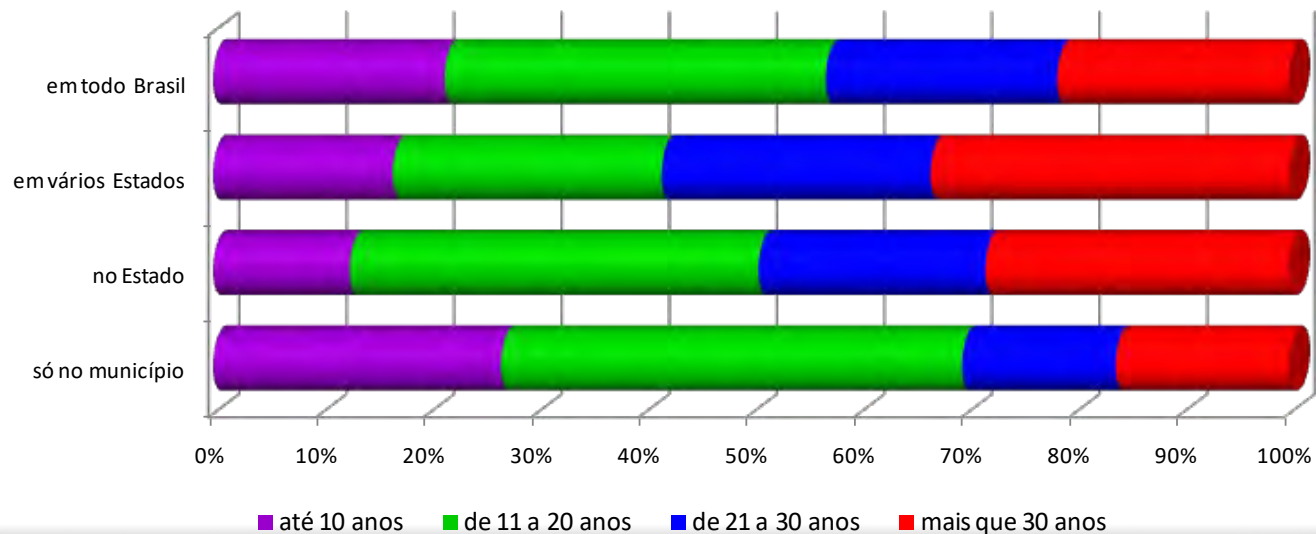
Prêmio ABREME – 2011

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



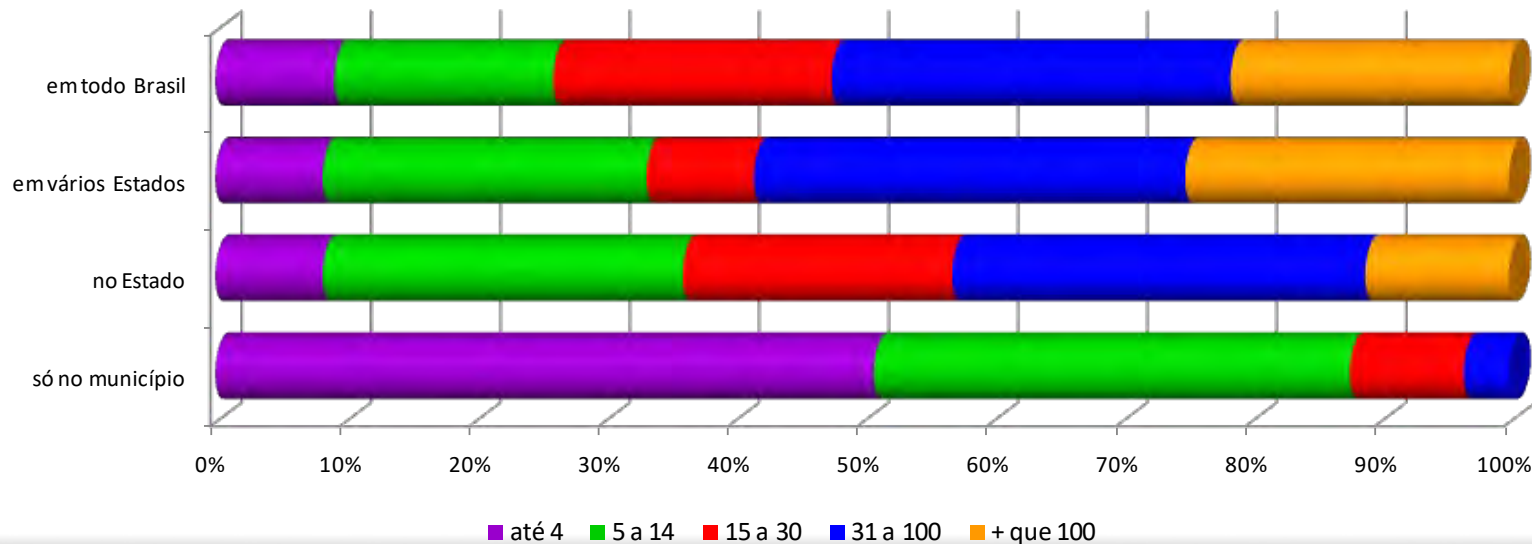
Prêmio ABREME – 2011

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



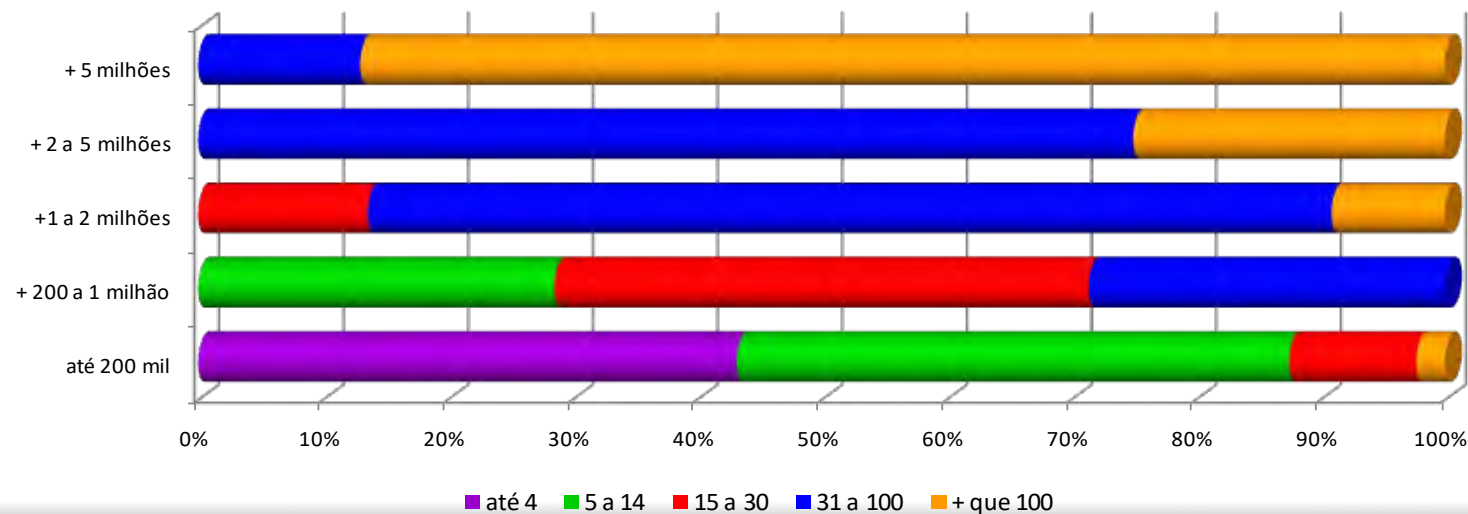
Prêmio ABREME – 2011

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



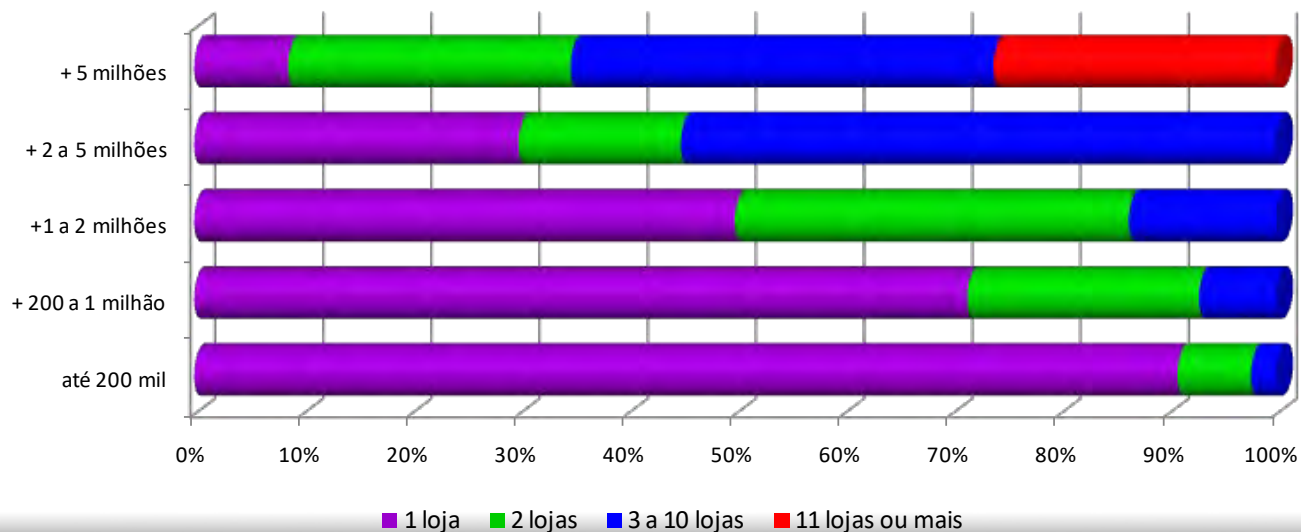
Prêmio ABREME – 2011

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 – 2011

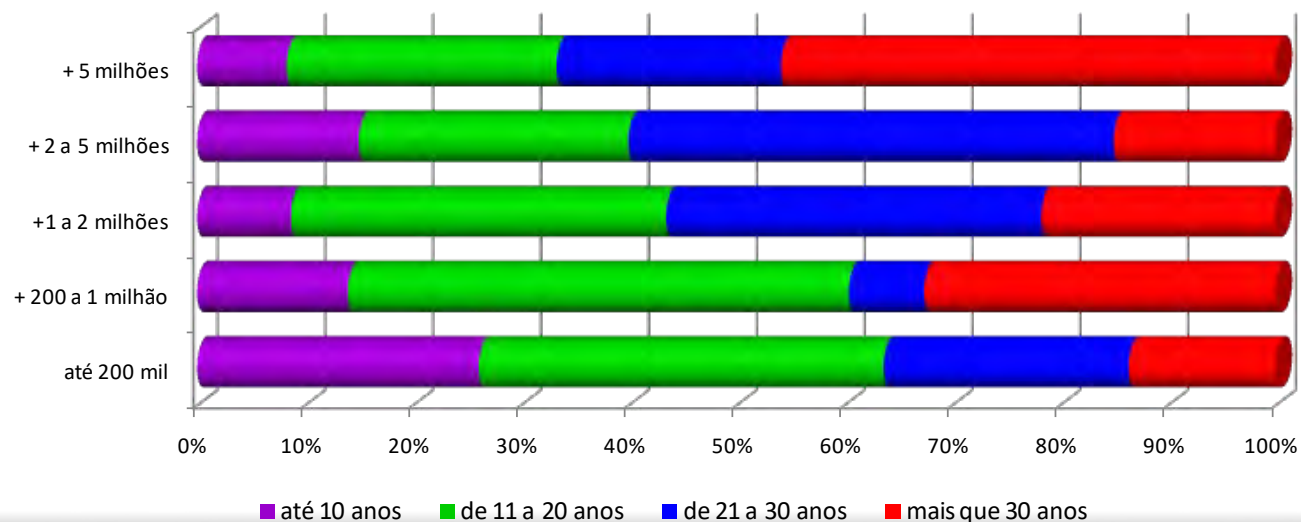
Faturamento Mensal x Tempo no Mercado

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



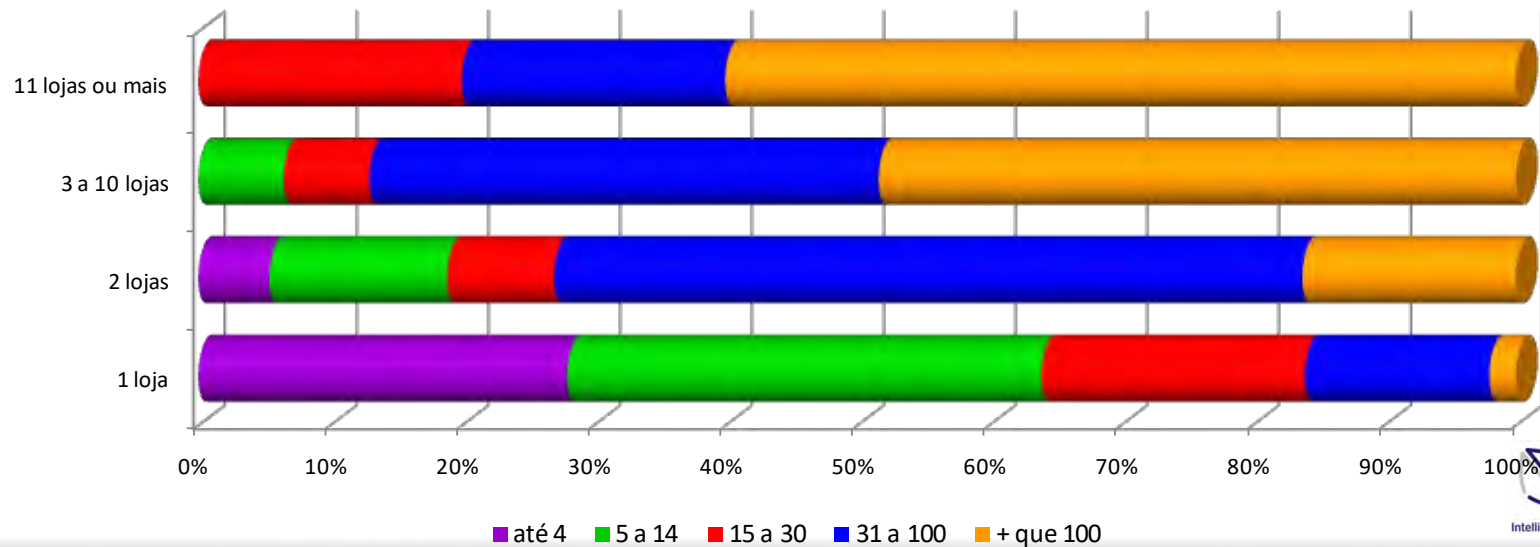
Prêmio ABREME – 2011

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



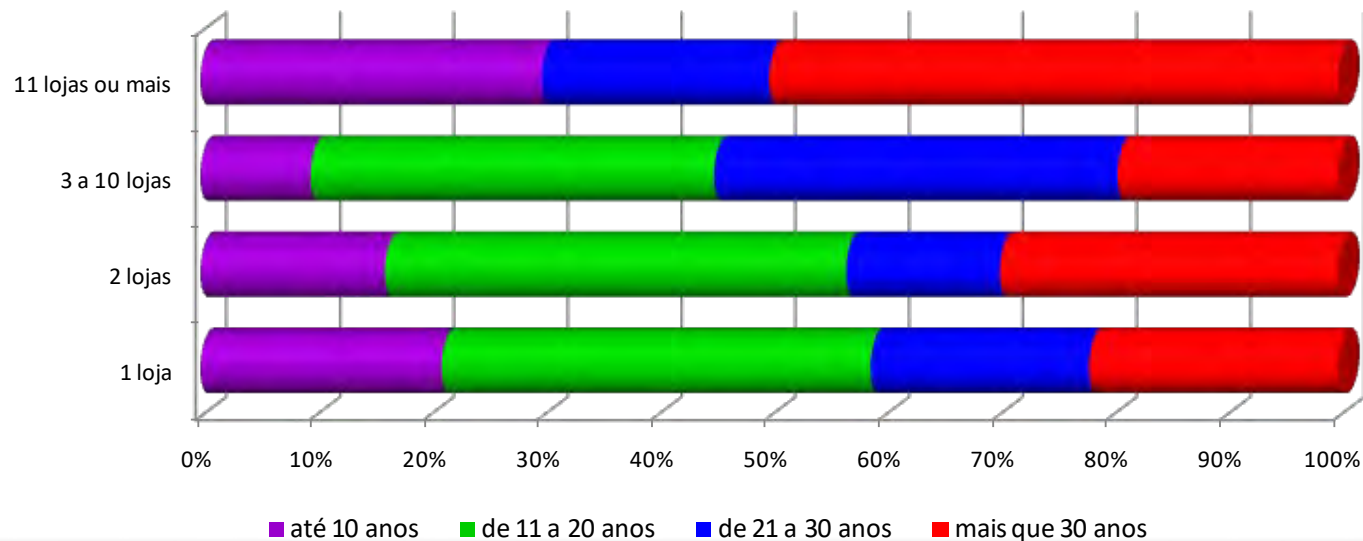
Prêmio ABREME – 2011

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 – 2011

Cruzamentos por perfil

Cruzamentos

Evolução do Faturamento 2009 para 2011

Prêmio ABREME – 2011

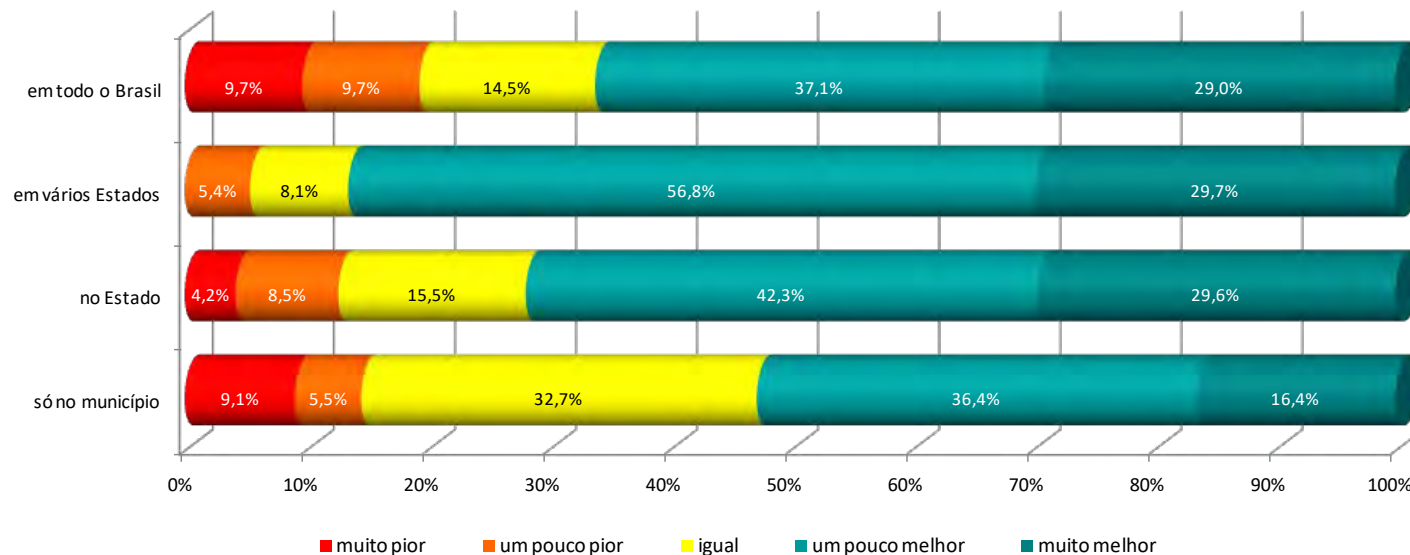
Evolução do Faturamento da Empresa Por região de atuação

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 – 2011

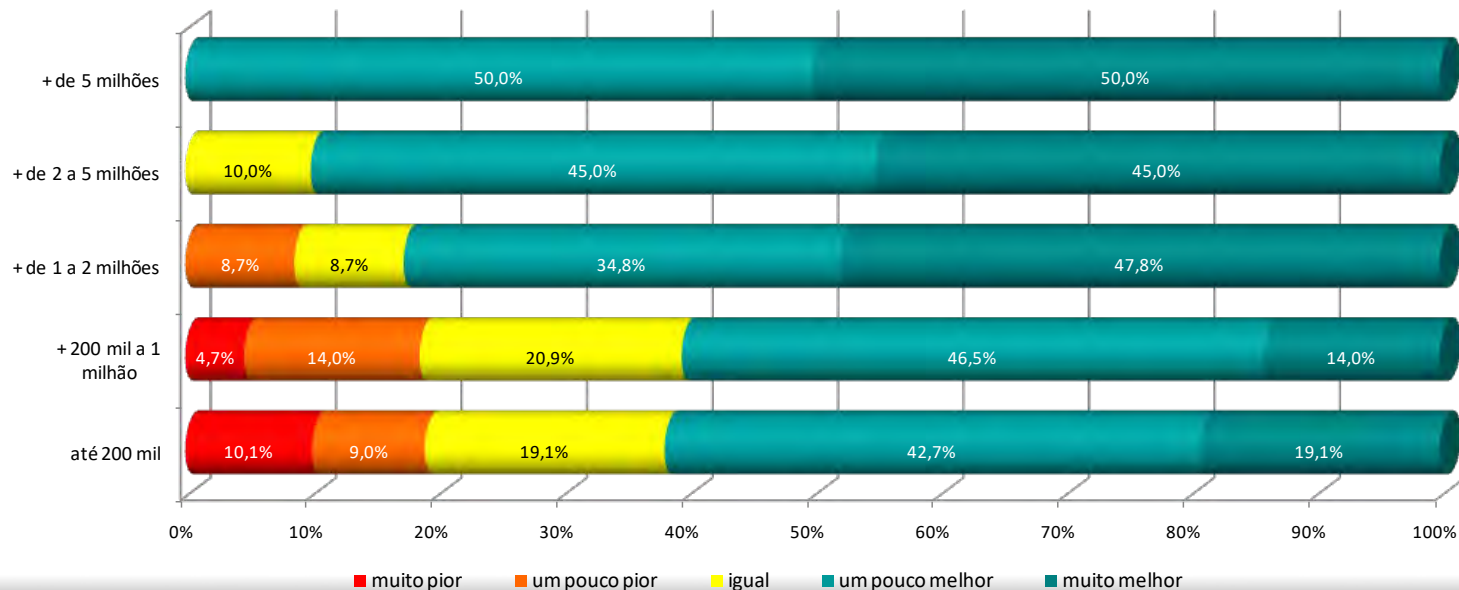
Evolução do Faturamento da Empresa Por faixa de faturamento mensal

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 – 2011

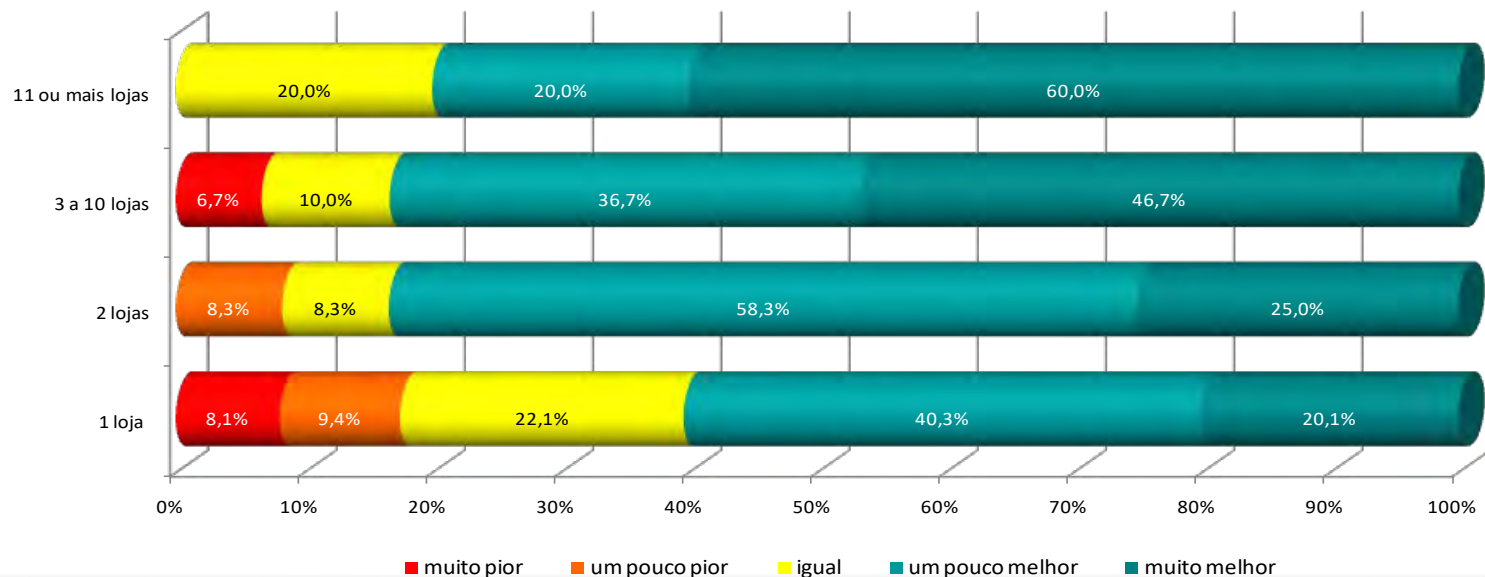
Evolução do Faturamento da Empresa Por número de lojas

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 – 2011

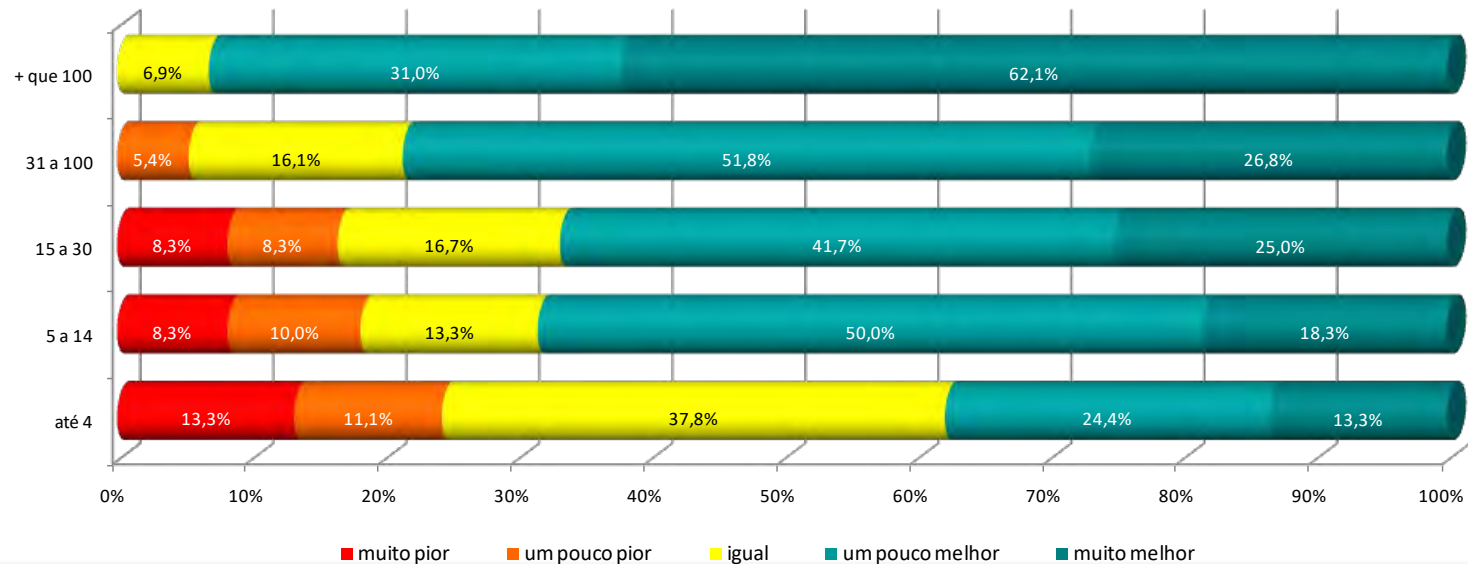
Evolução do Faturamento da Empresa Por número de empregados

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 – 2011

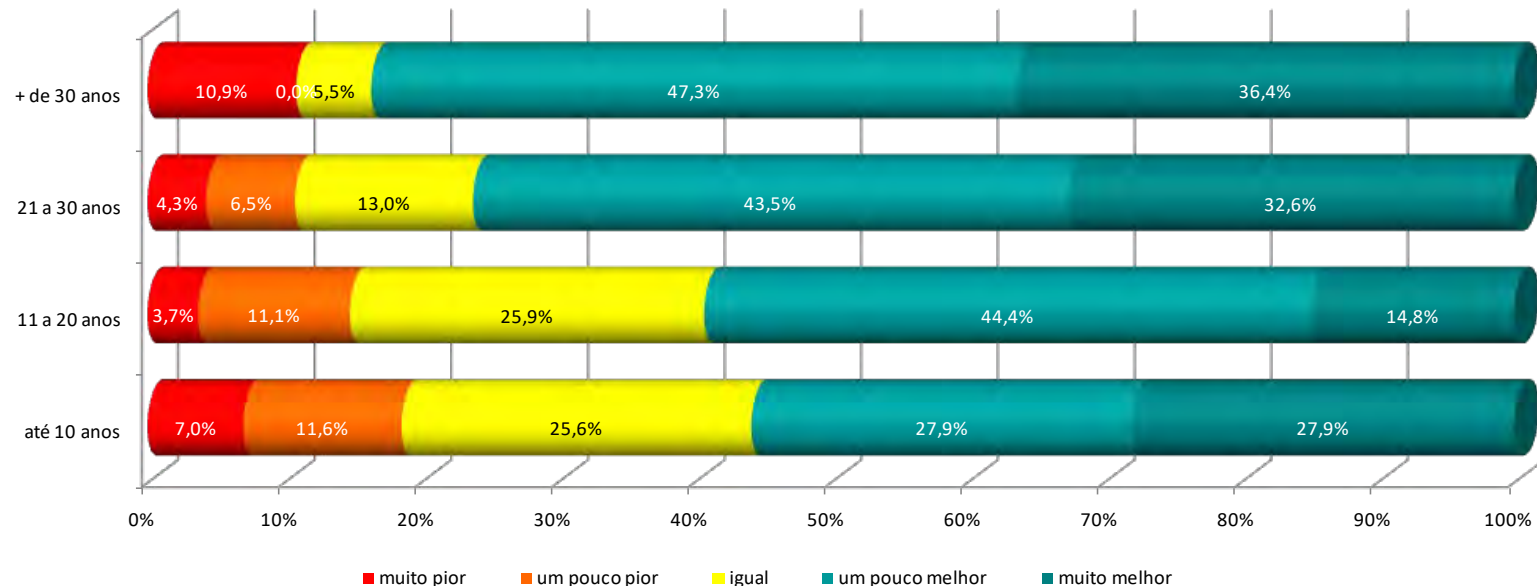
Evolução do Faturamento da Empresa Por tempo da empresa no mercado

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 – 2011

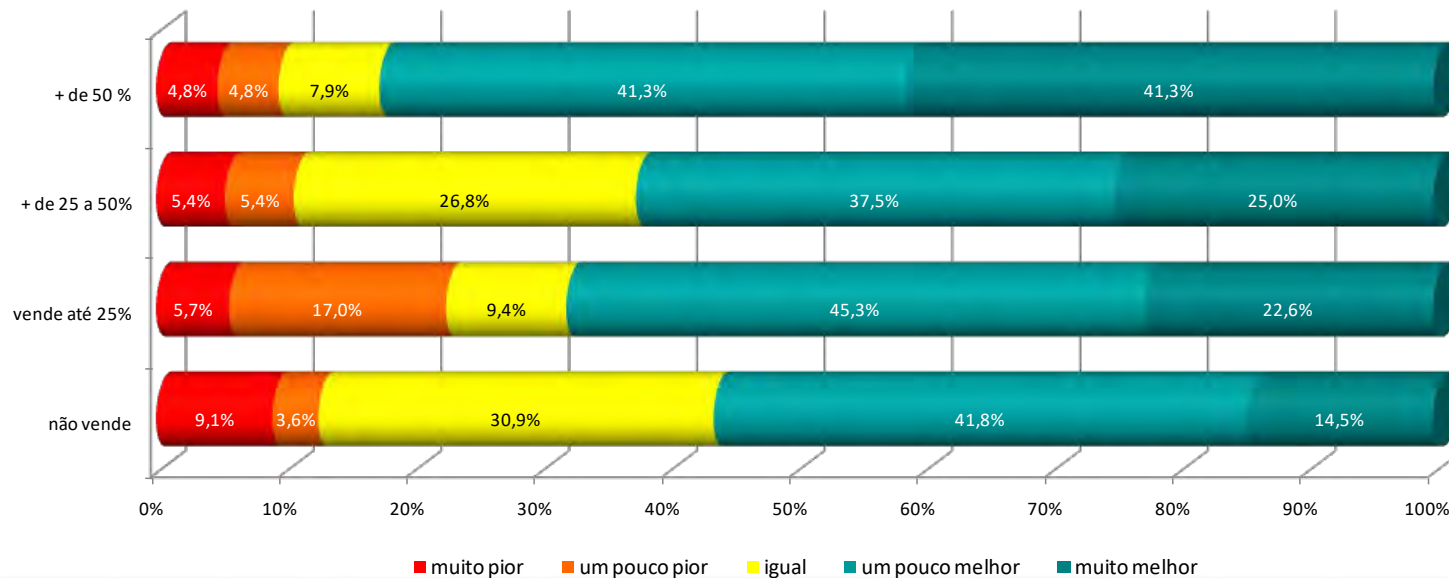
Evolução do Faturamento da Empresa Por % de venda para indústria

% 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 – 2011

Evolução do Faturamento da Empresa

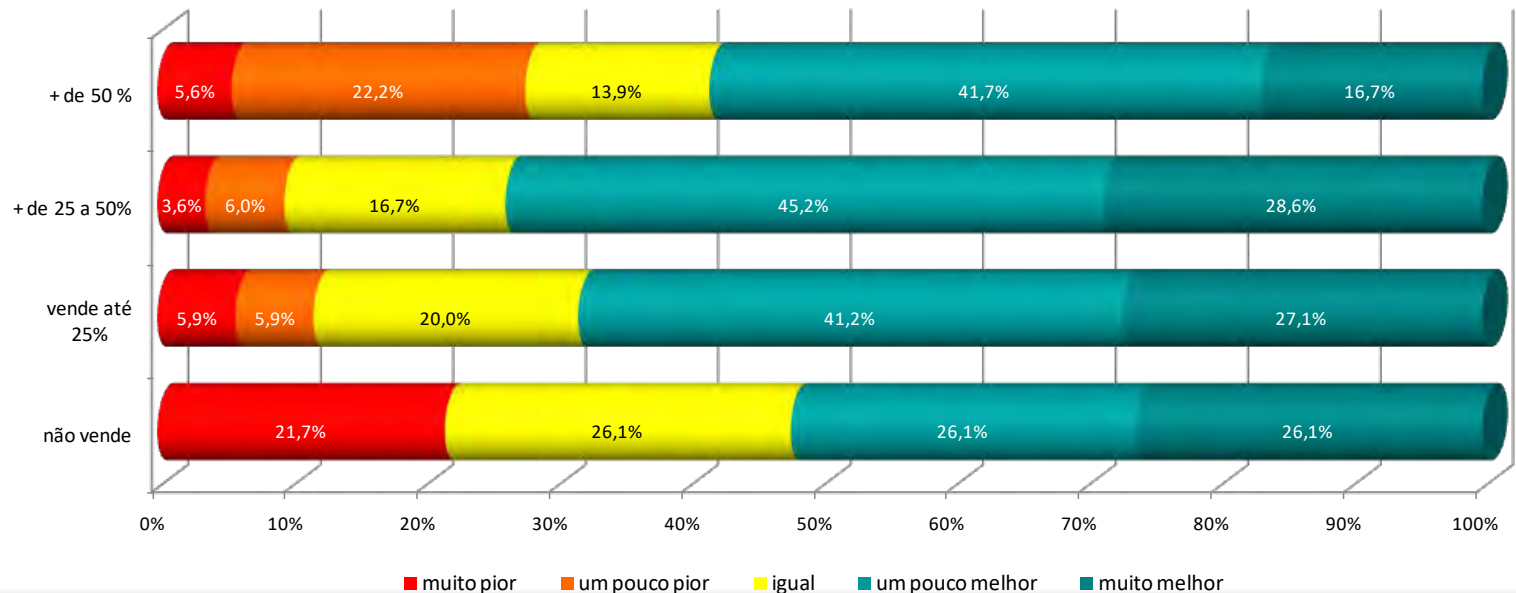
Por % de venda para instaladores

% 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 – 2011

Evolução do Faturamento da Empresa

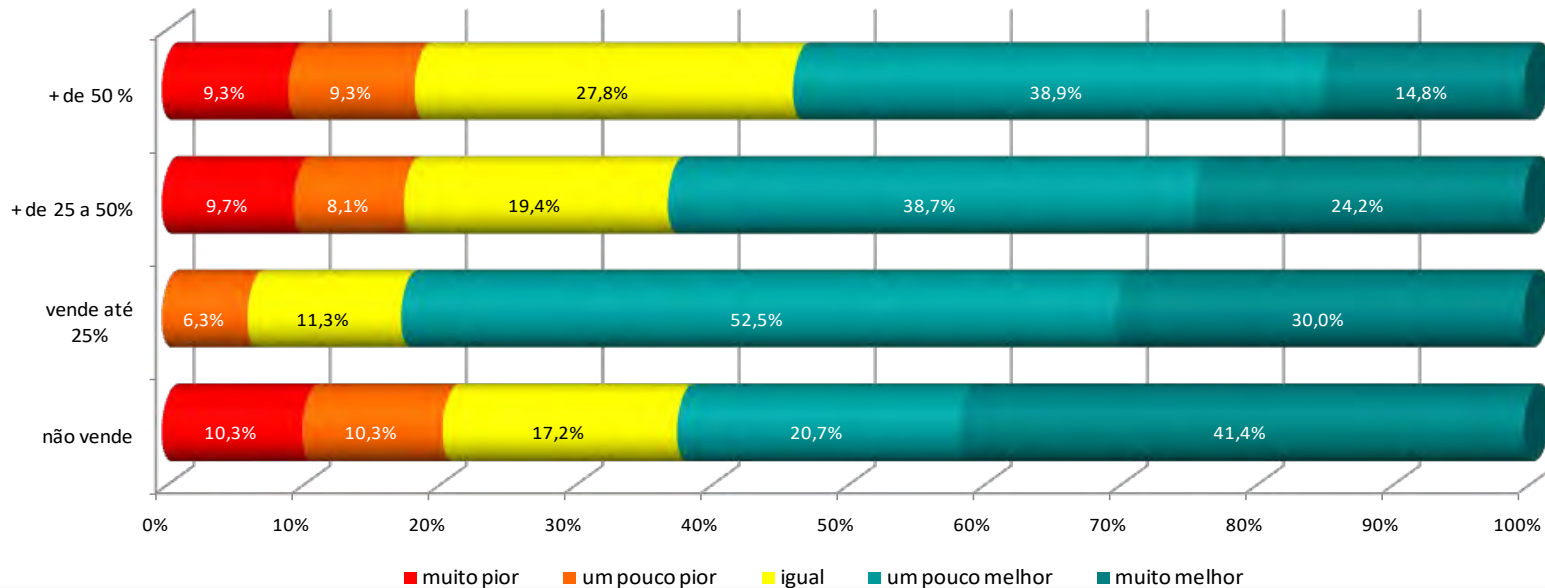
Por % de venda para consumidor final

% 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 2011 para 2011

Prêmio ABREME – 2011

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

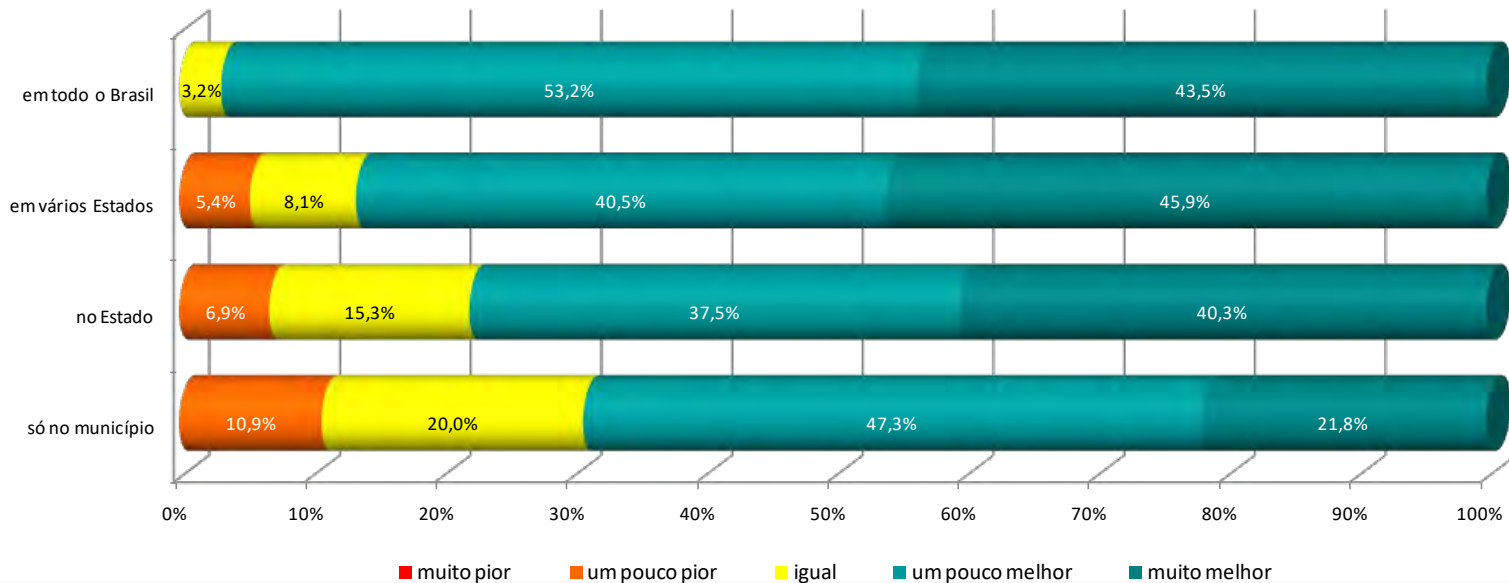
Por região de atuação

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 – 2011

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

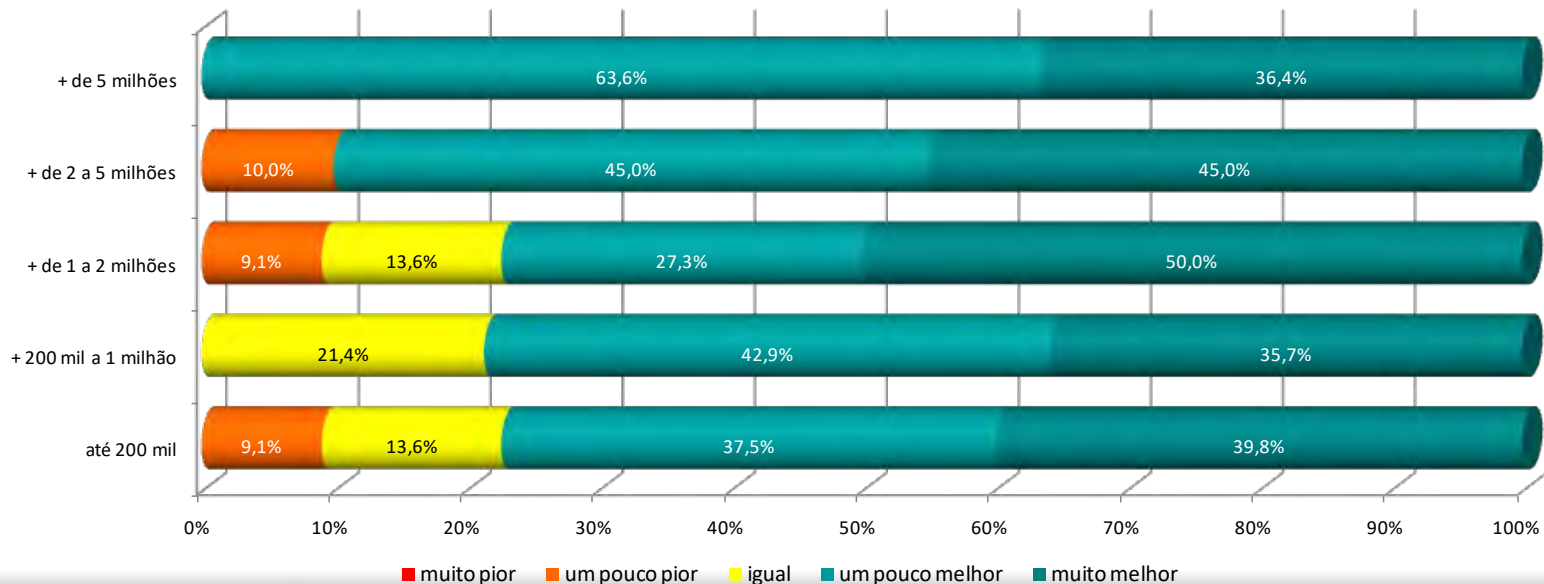
Por faixa de faturamento mensal

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 – 2011

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

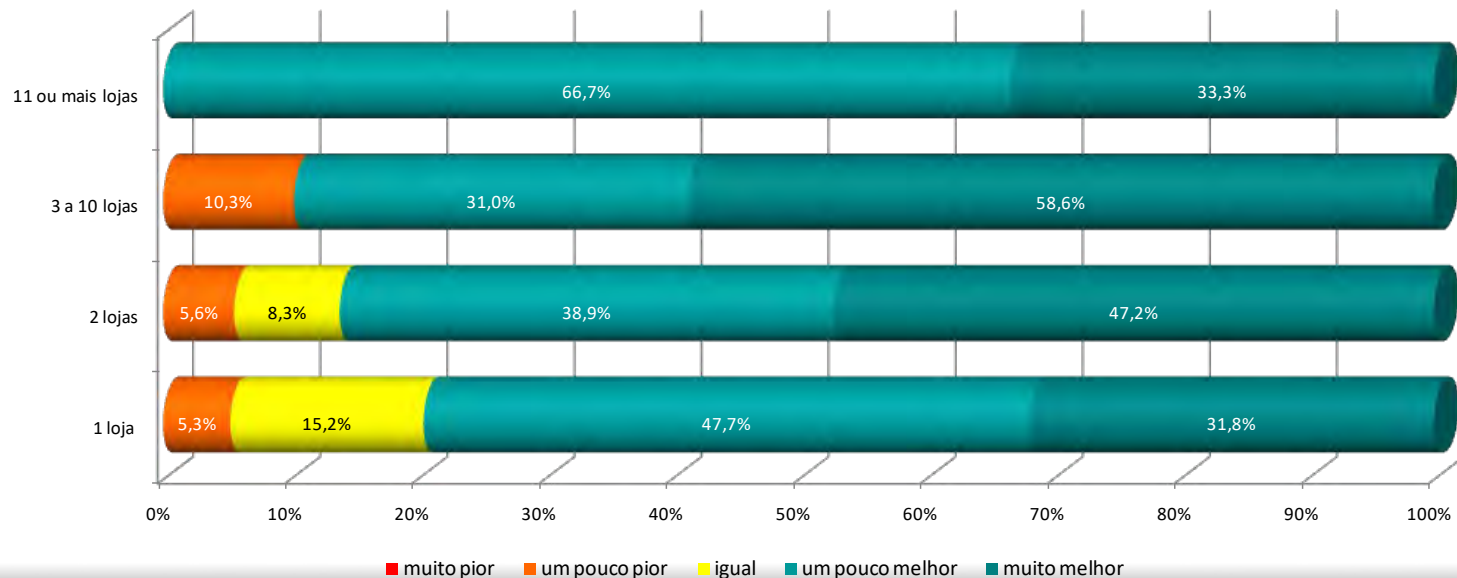
Por número de lojas

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 – 2011

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

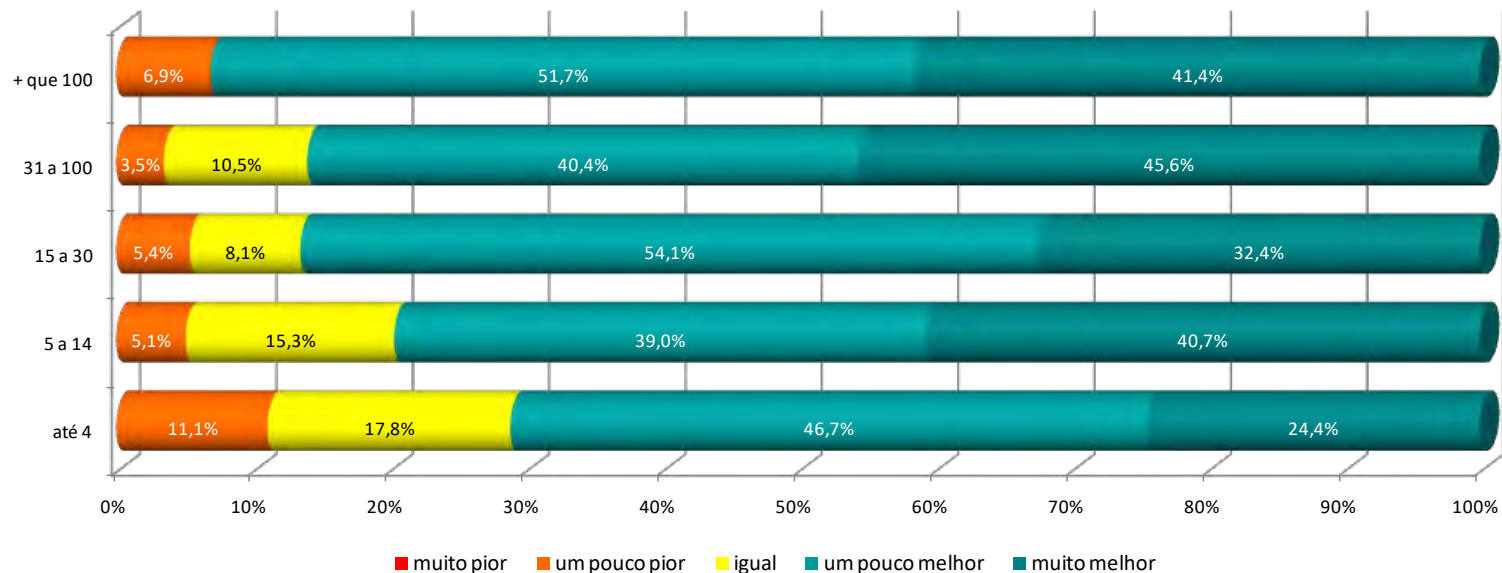
Por número de empregados

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 – 2011

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

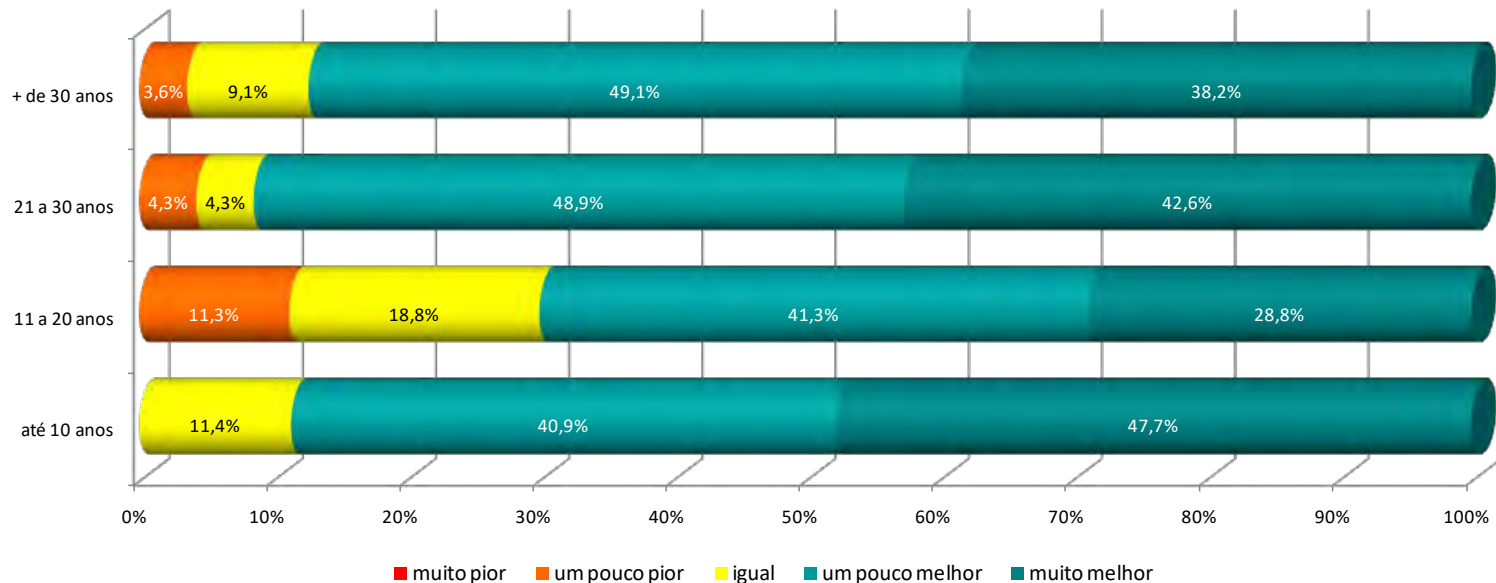
Por tempo da empresa no mercado

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 – 2011

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

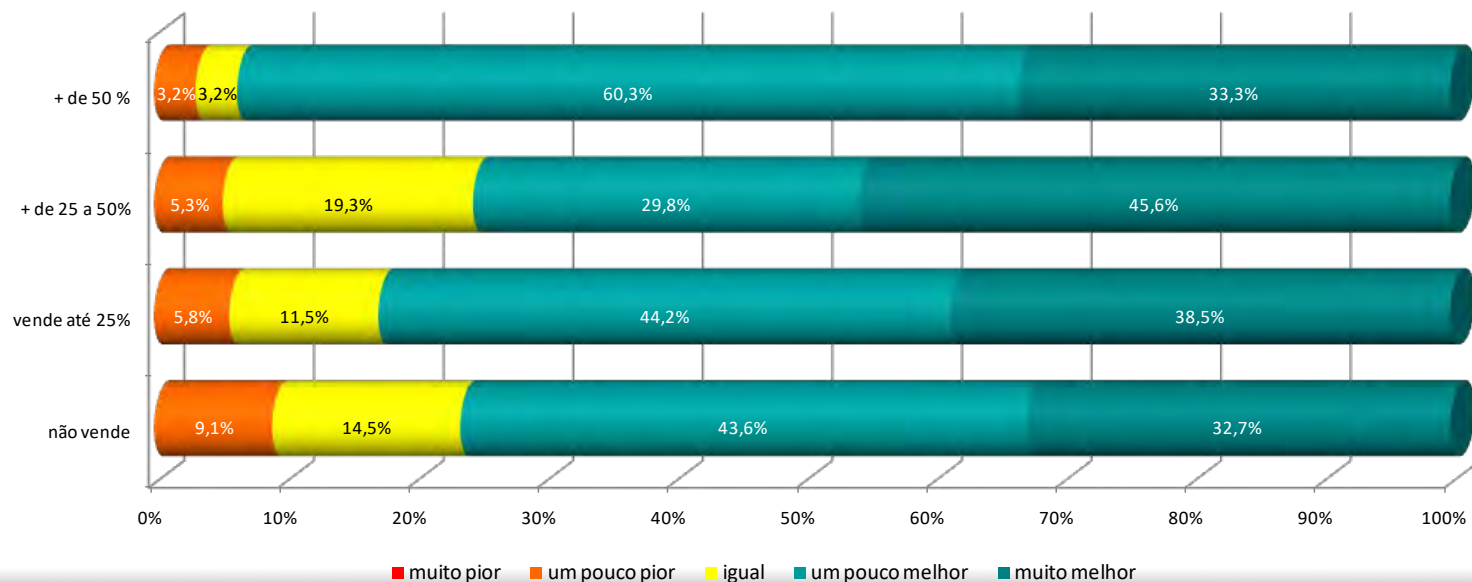
Por % de venda para indústria

% 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 – 2011

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

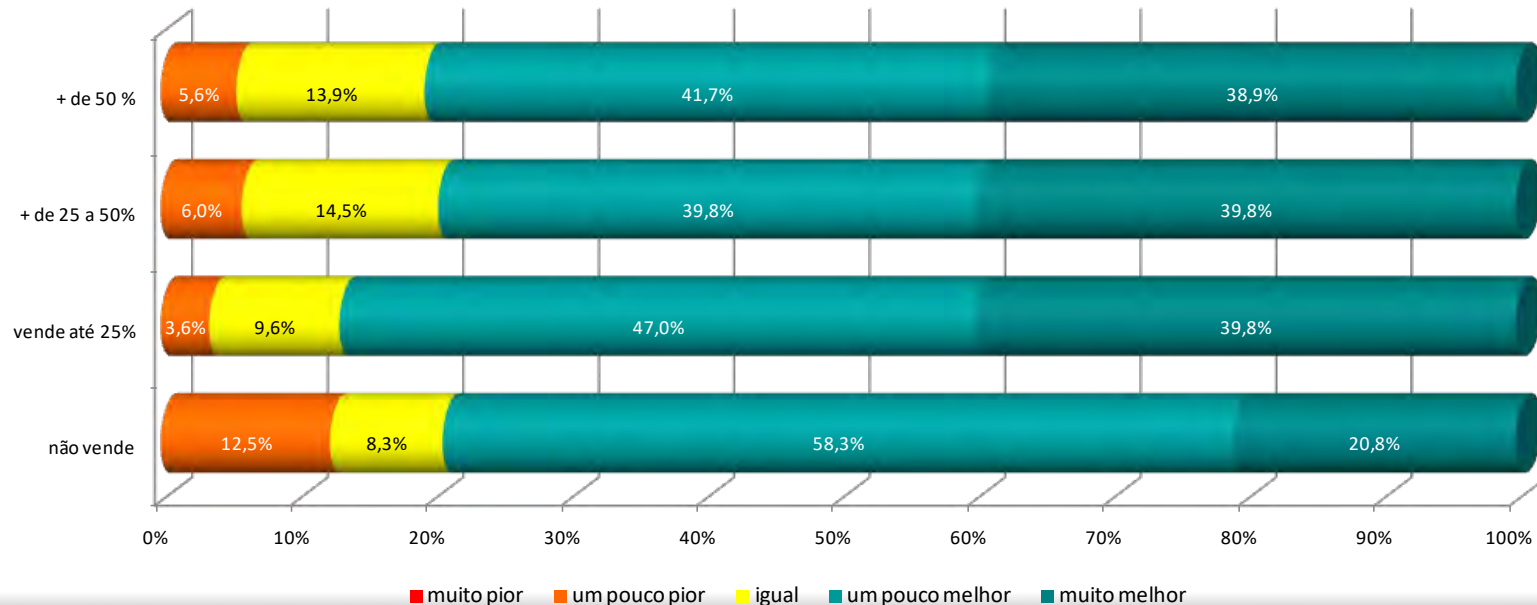
Por % de venda para instaladores

% 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 – 2011

Expectativa do Faturamento da Empresa para 2011

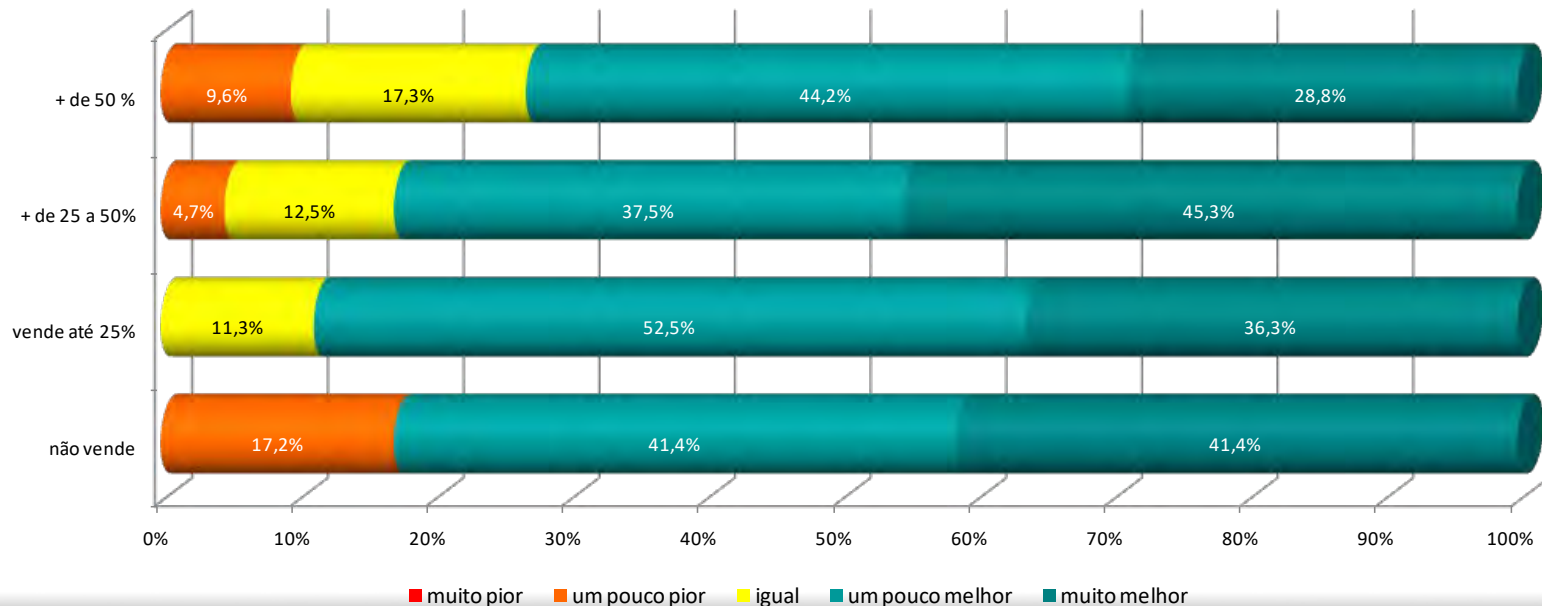
Por % de venda para consumidor final

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

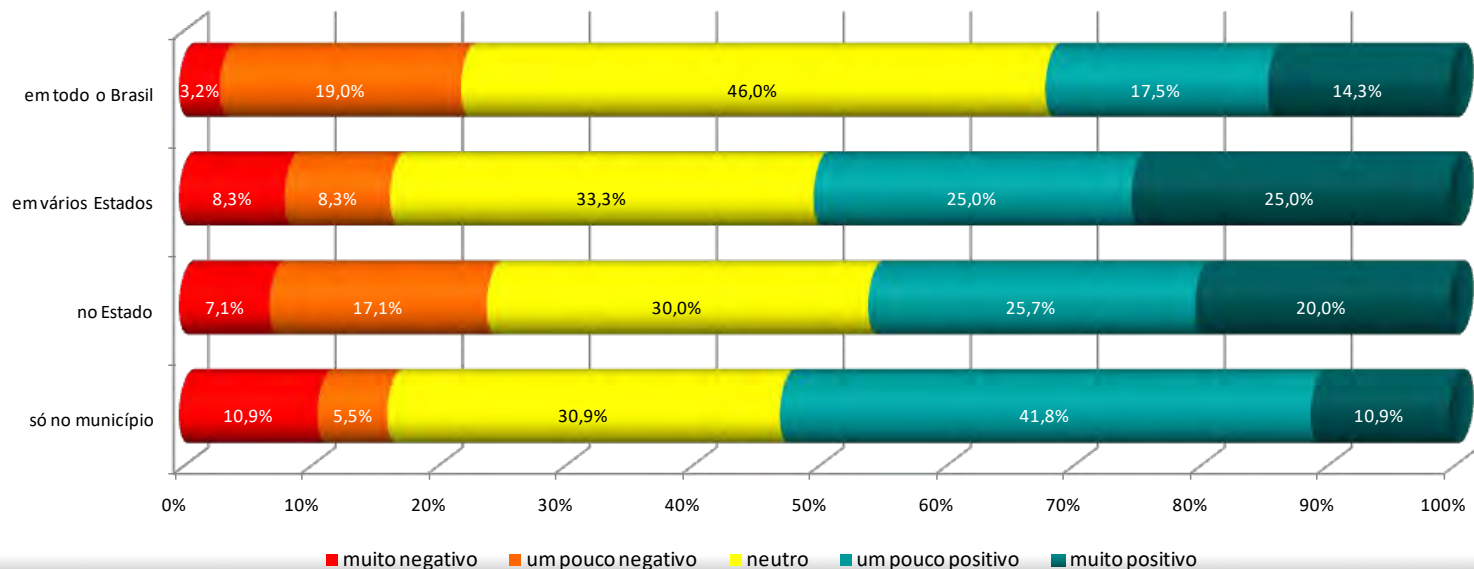
Por região de atuação

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

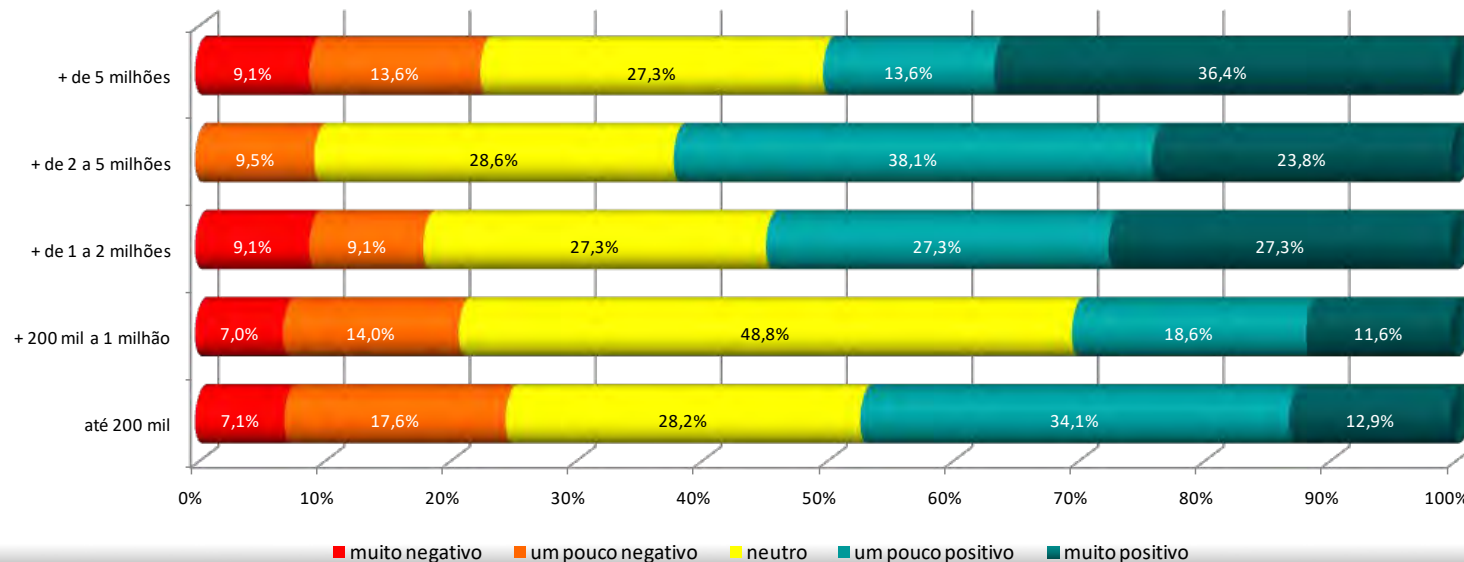
Por faixa de faturamento mensal

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

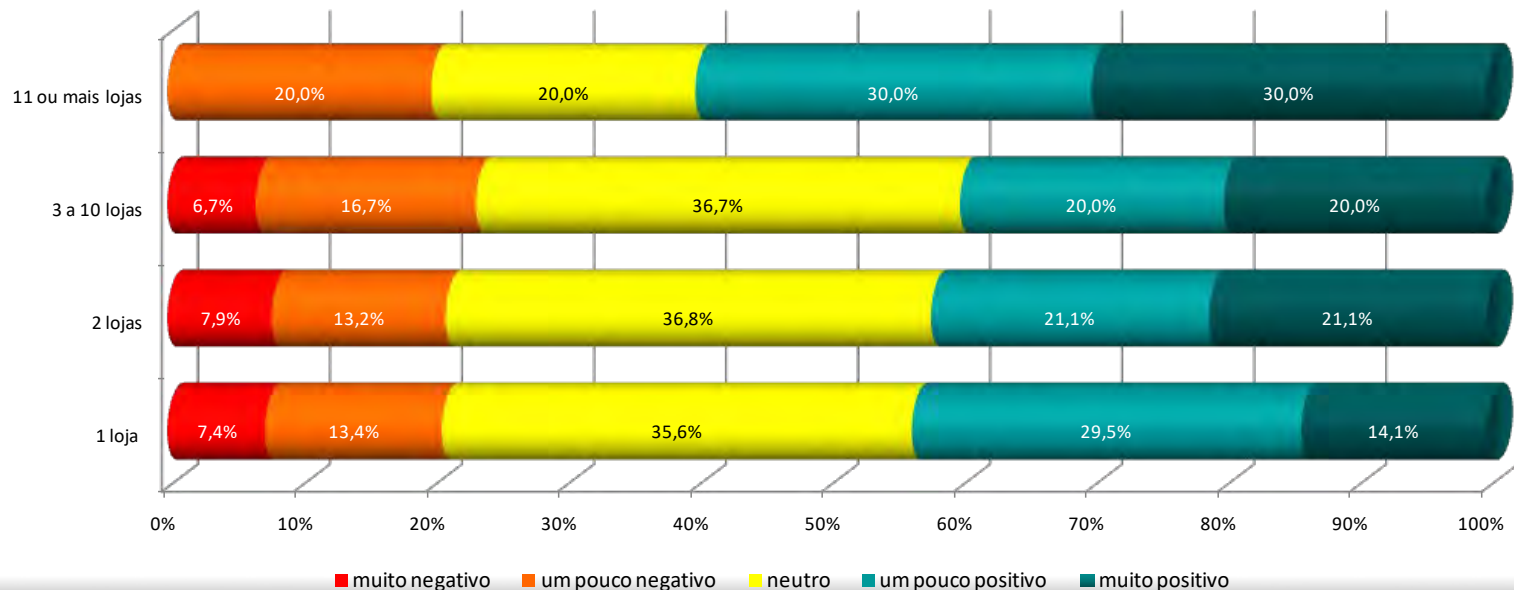
Por número de lojas

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

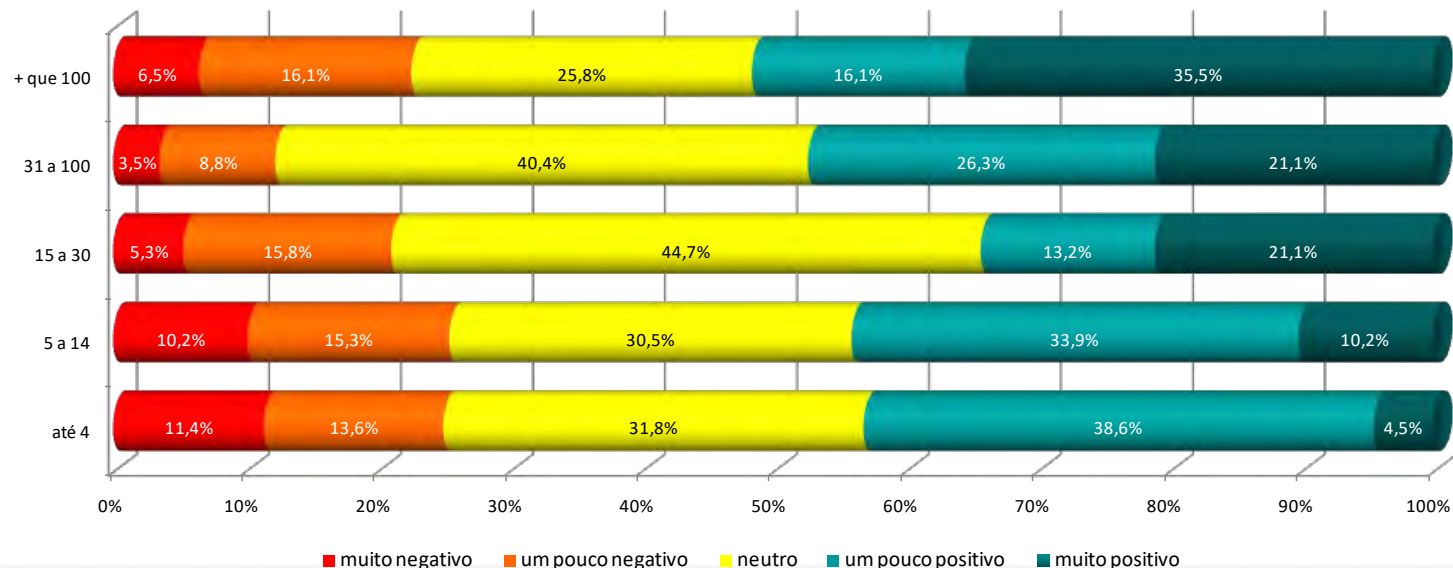
Por número de empregados

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

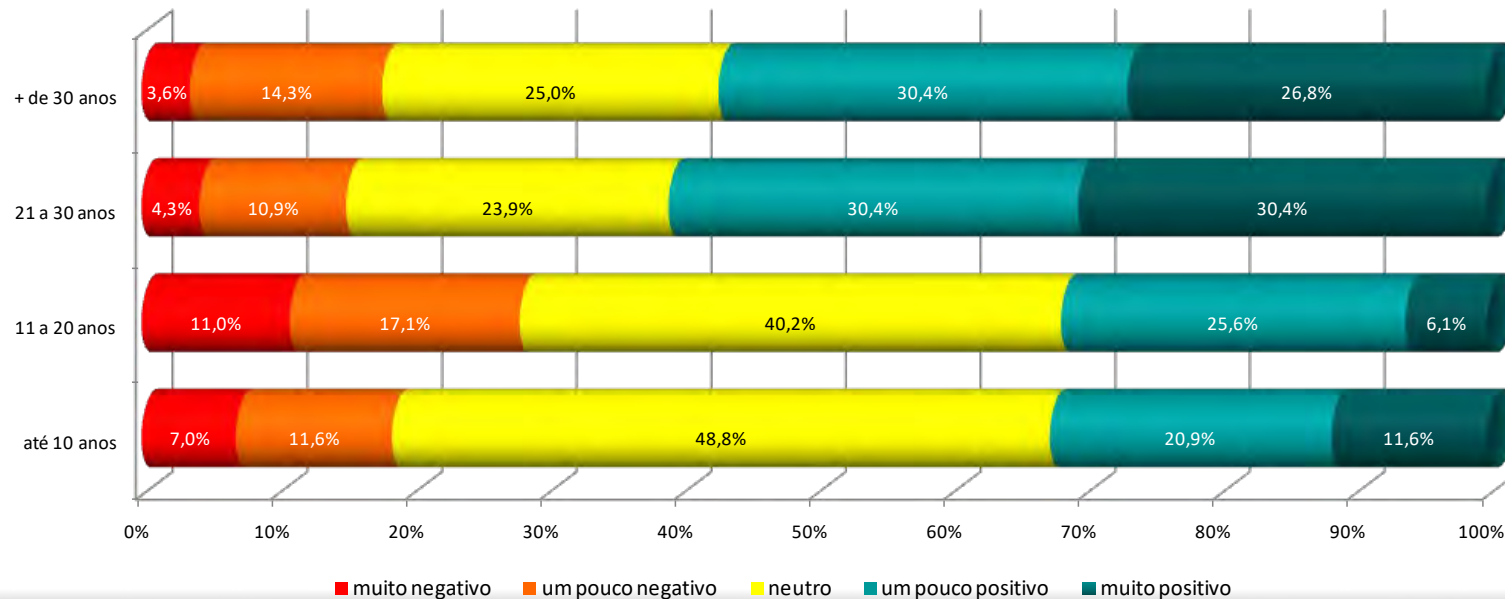
Por tempo da empresa no mercado

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

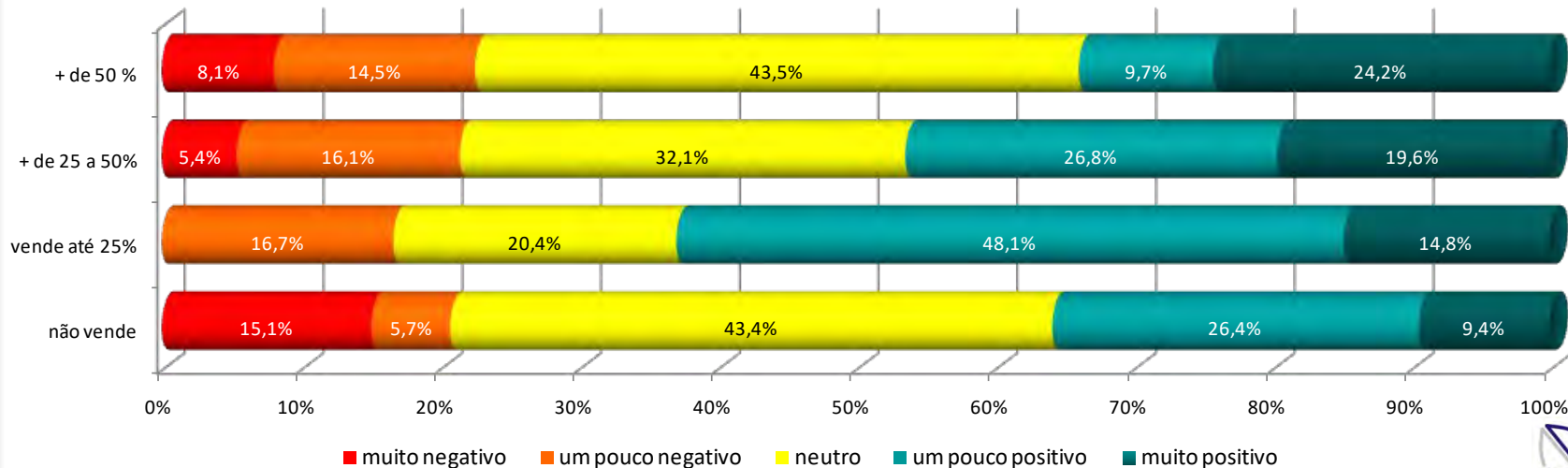
Por % de venda para indústria

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

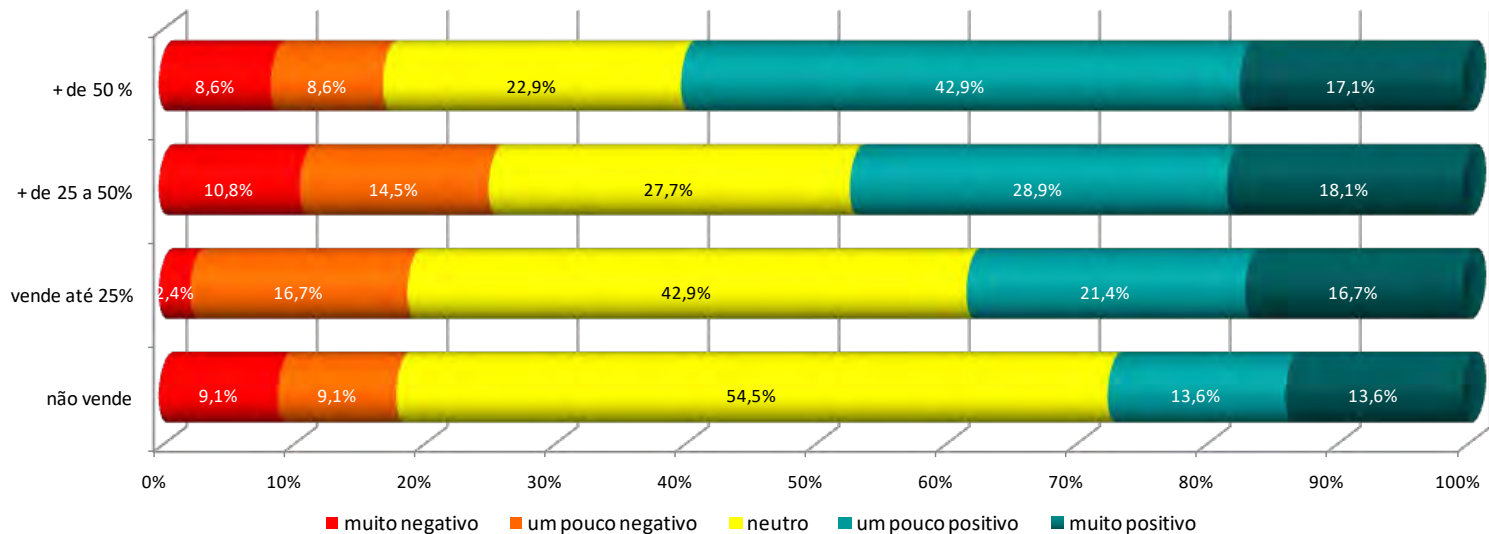
Por % de venda para instaladores

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Obtenção e Custo de Crédito

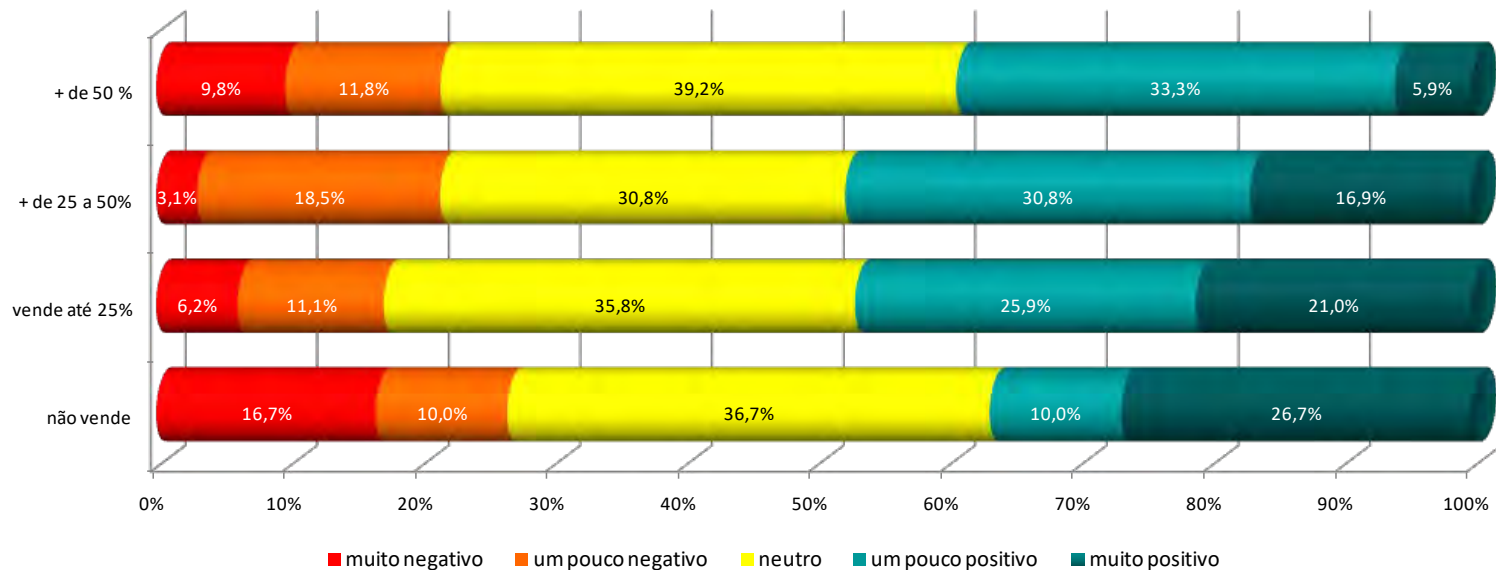
Por % de venda para consumidor final

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

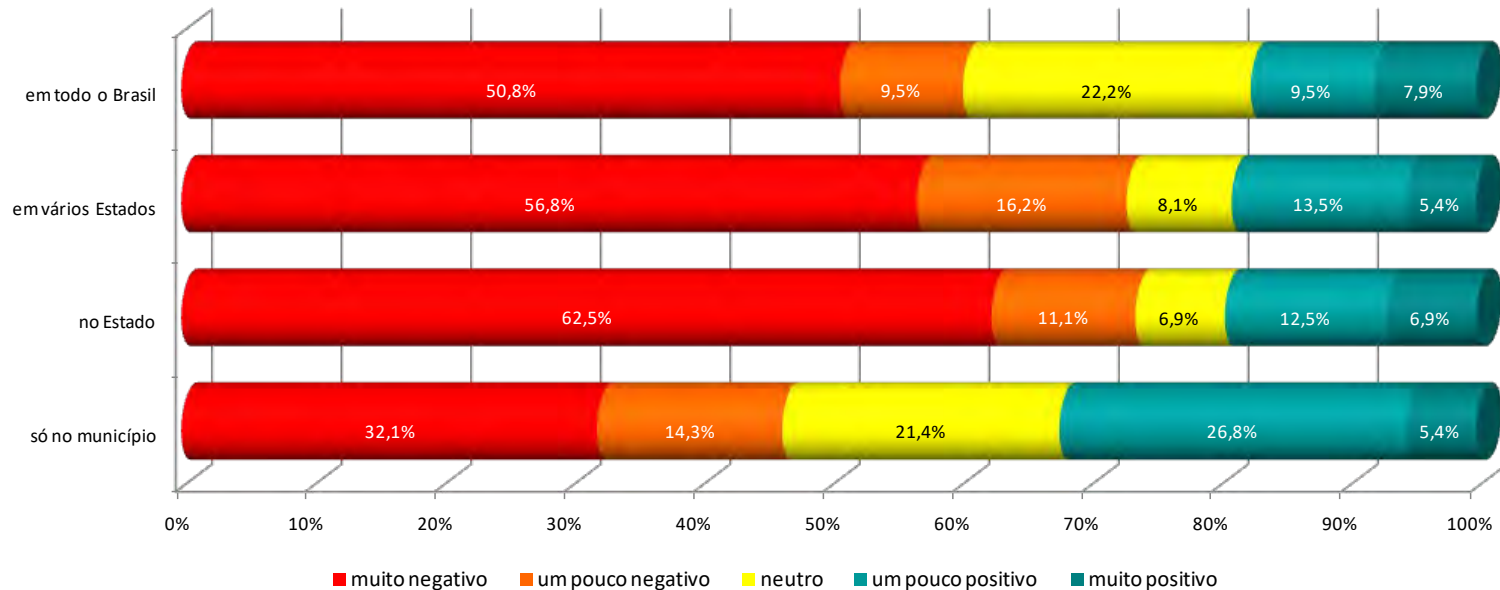
Por região de atuação

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

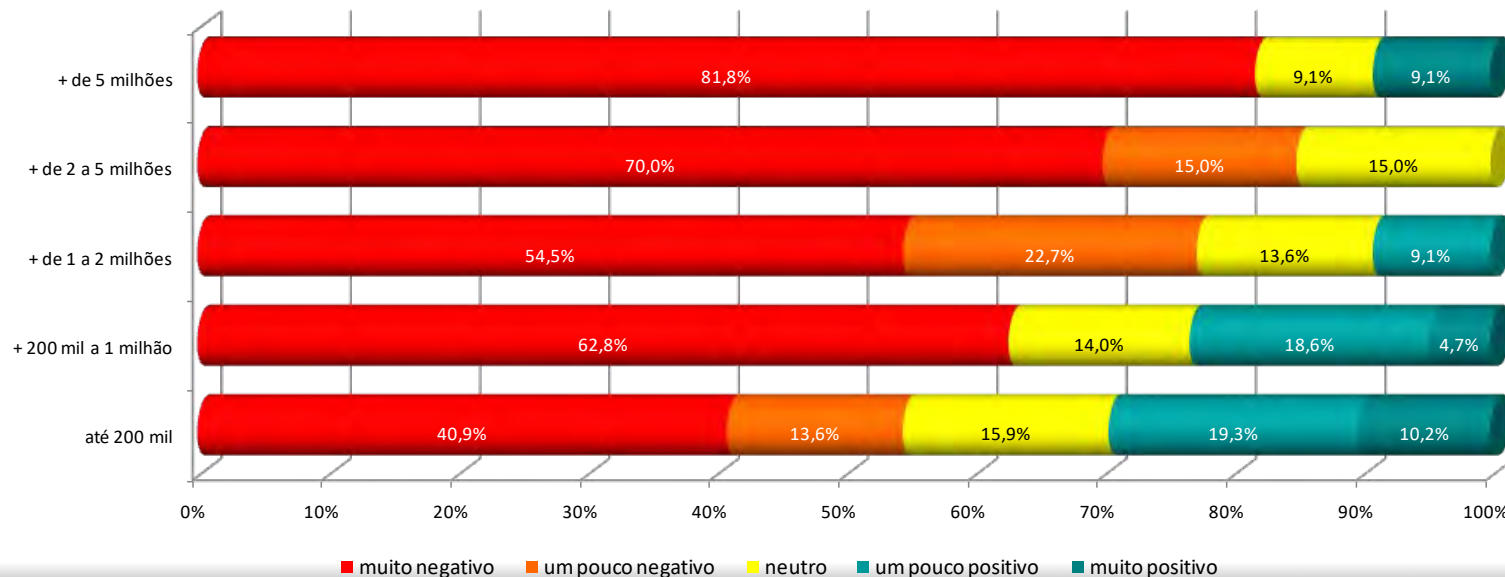
Por faixa de faturamento mensal

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

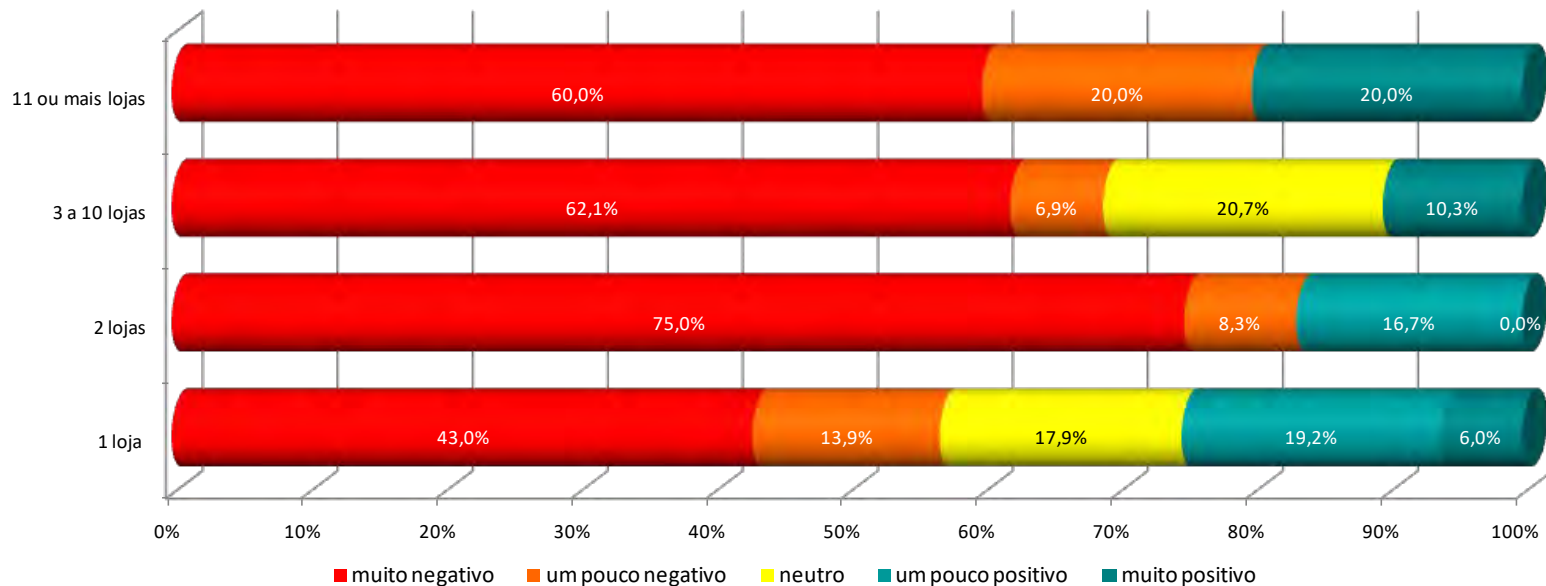
Por número de lojas

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

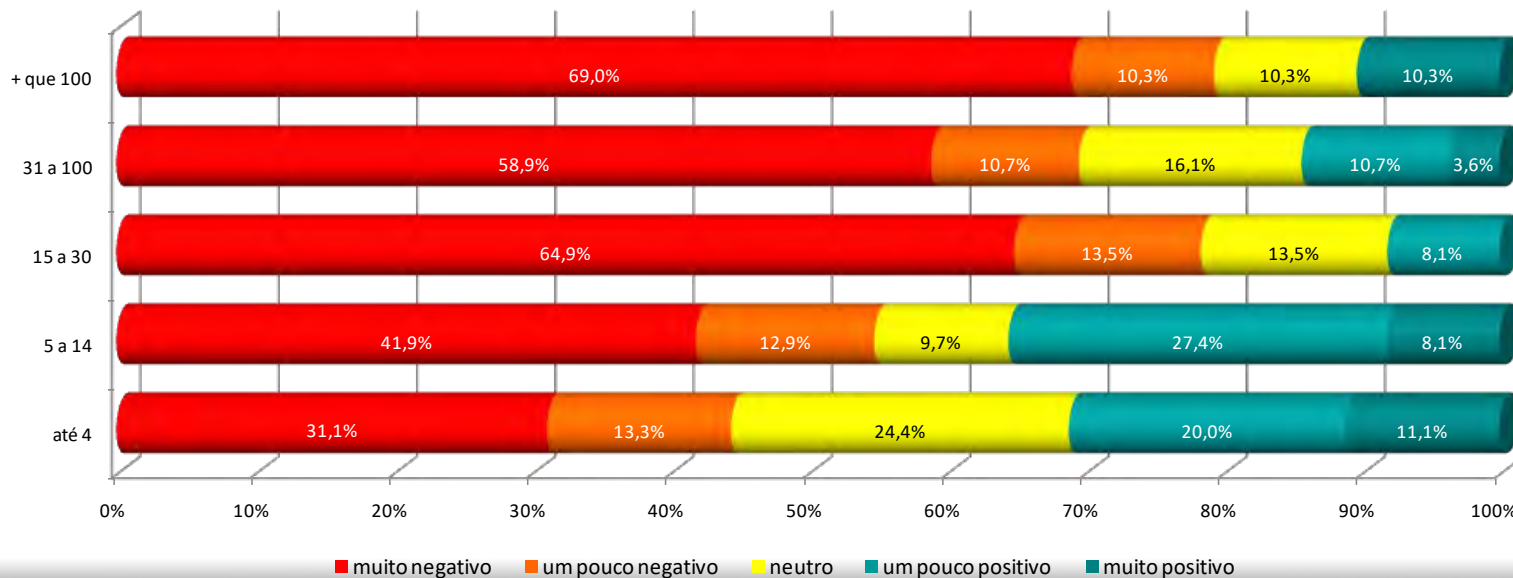
Por número de empregados

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

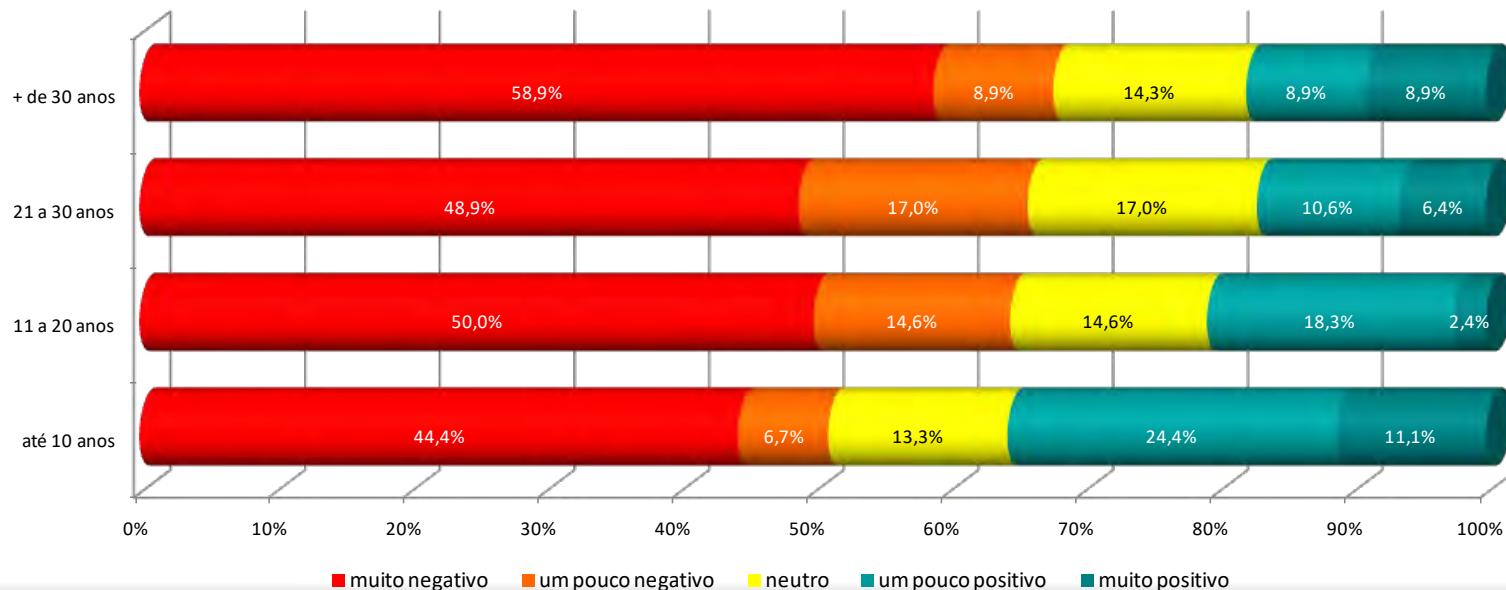
Por tempo da empresa no mercado

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

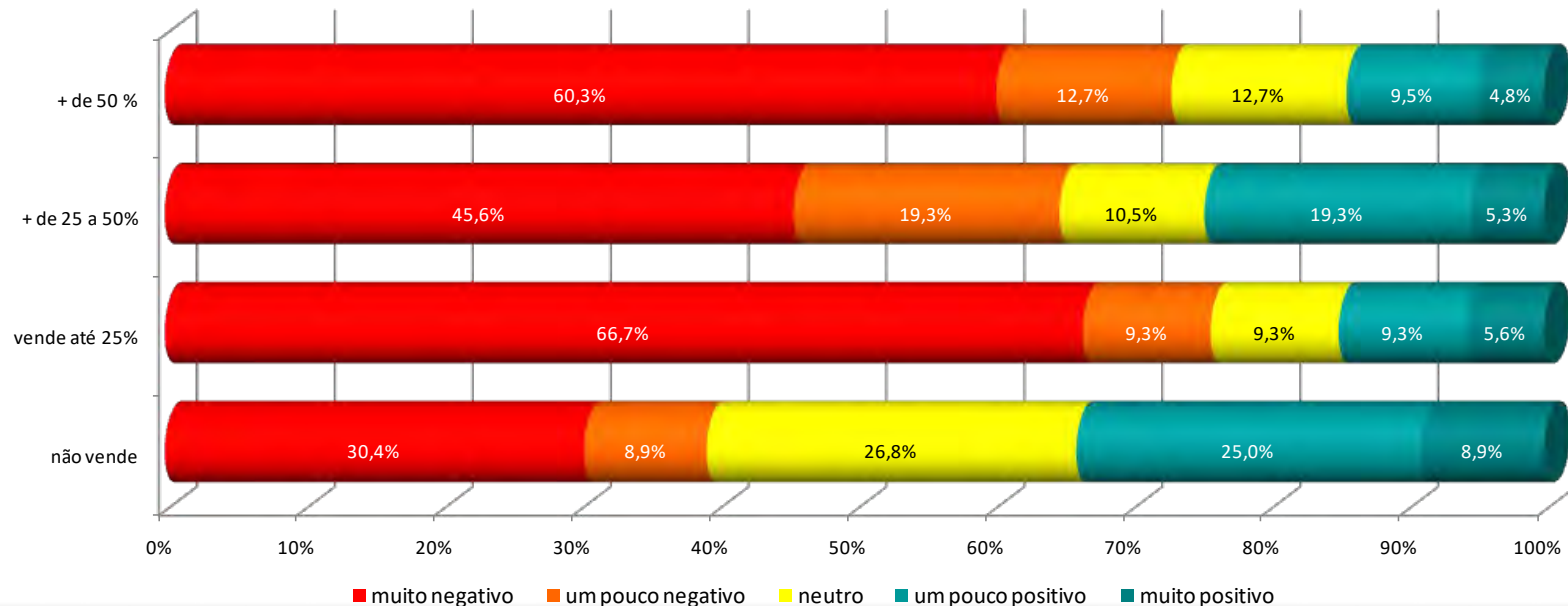
Por % de venda para indústria

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

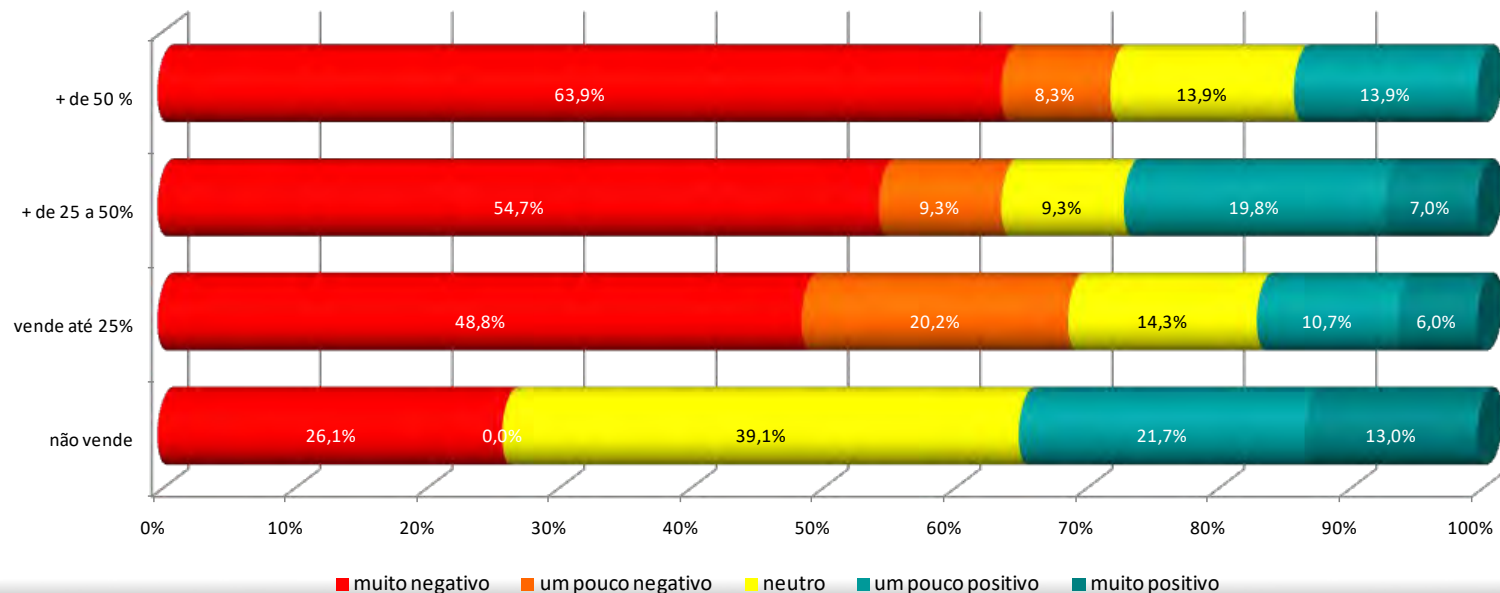
Por % de venda para instaladores

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Venda Direta ao Consumidor

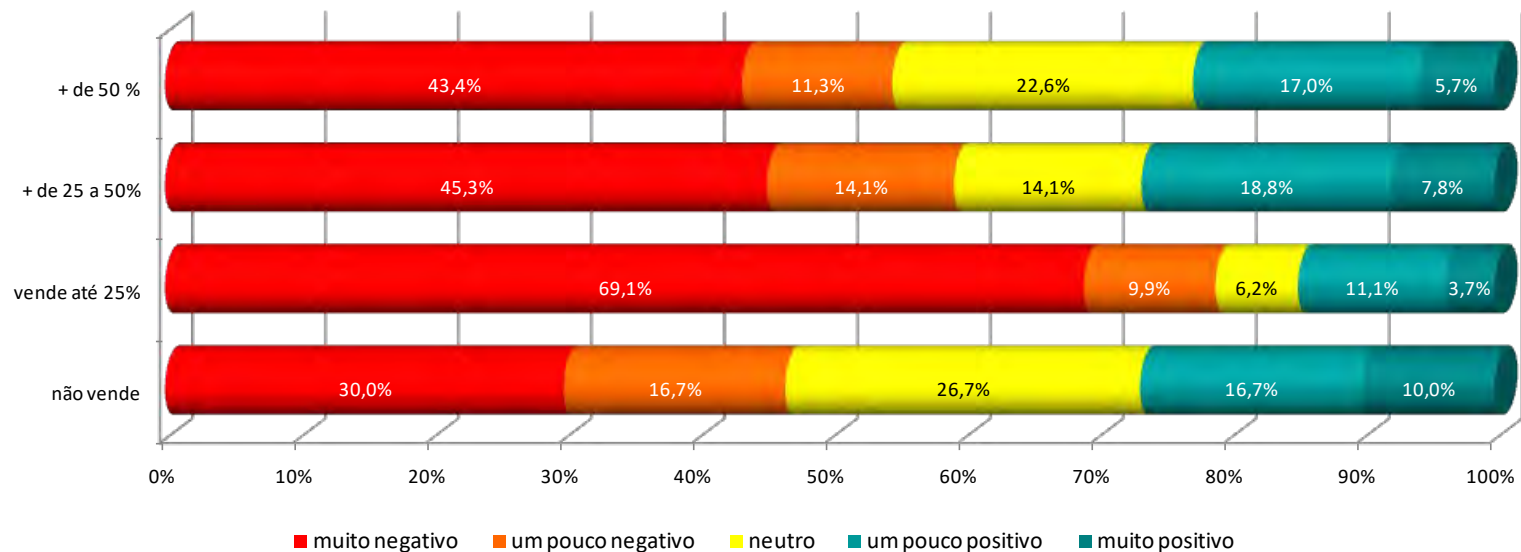
Por % de venda para consumidor final

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

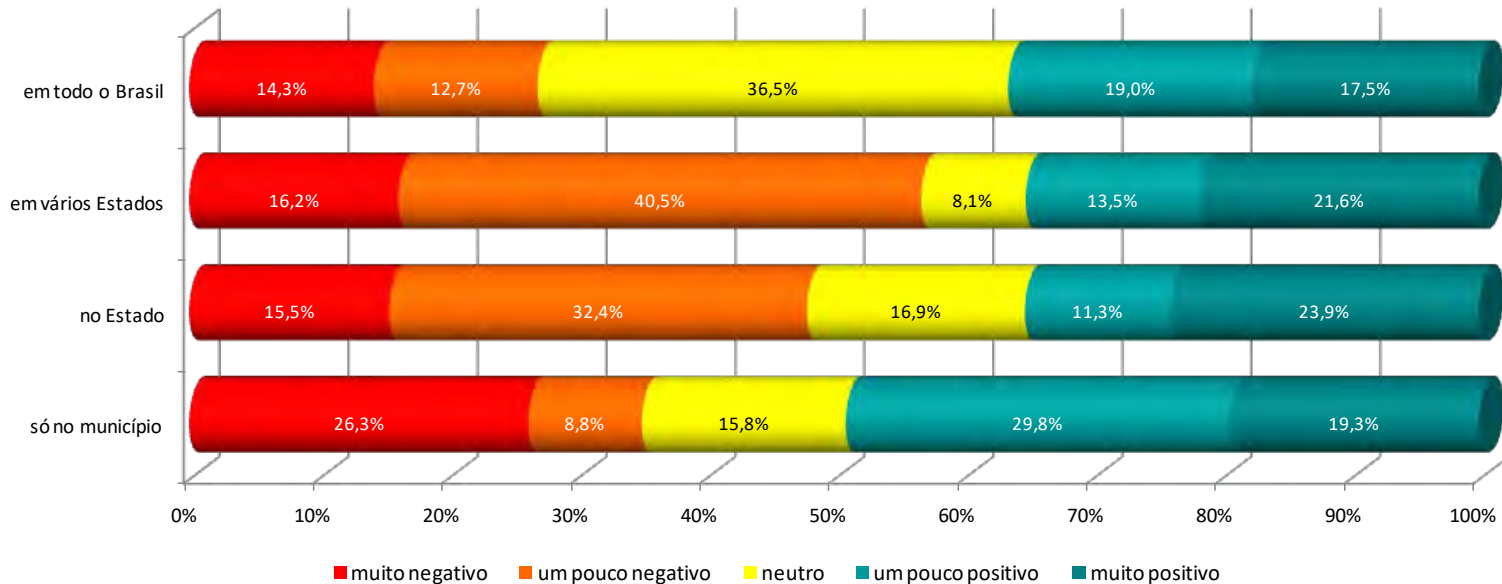
Por região de atuação

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 – 2011

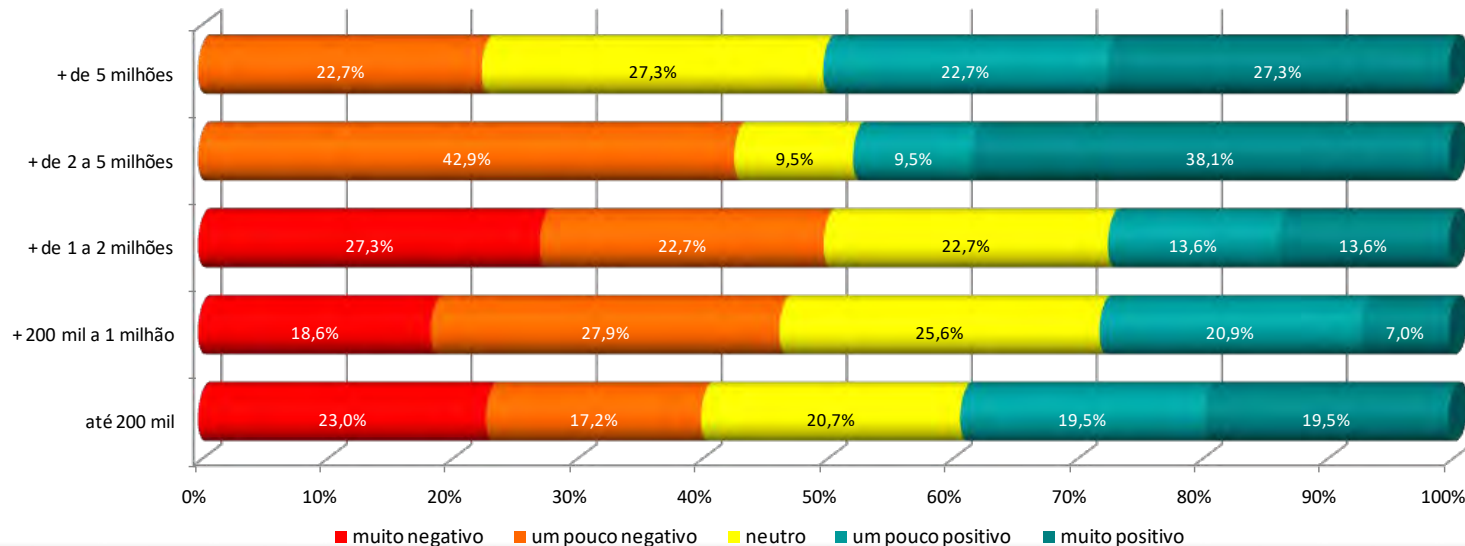
Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra Por faixa de faturamento mensal

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

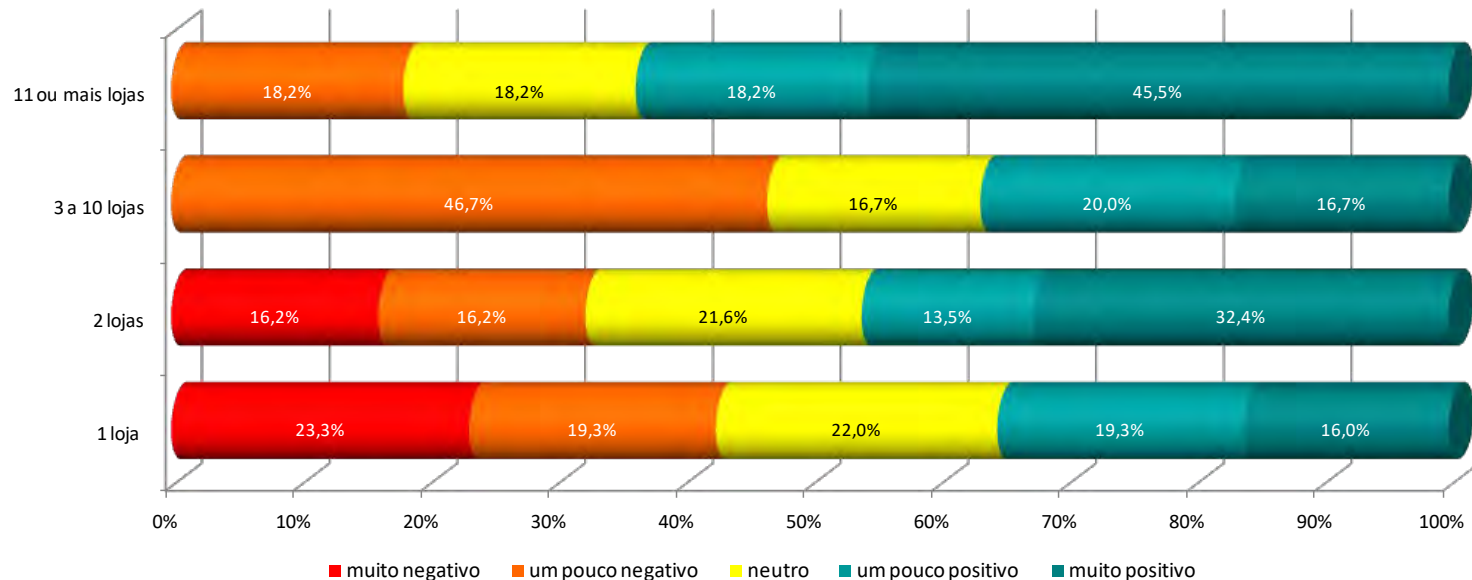
Por número de lojas

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 – 2011

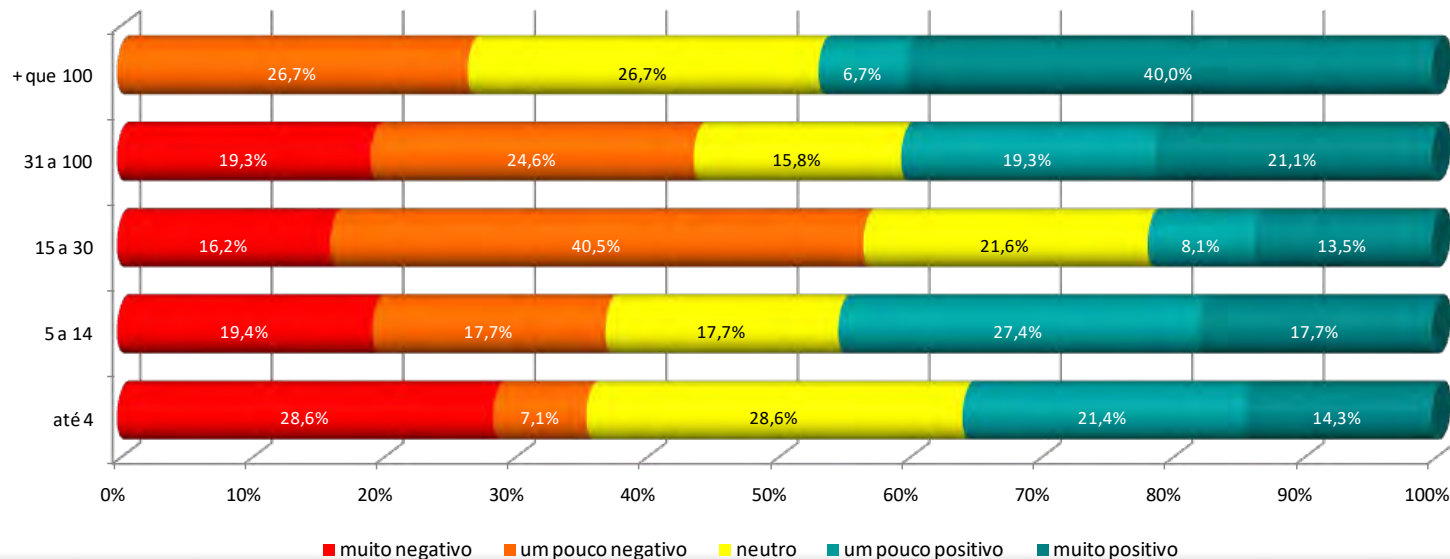
Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra Por número de empregados

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

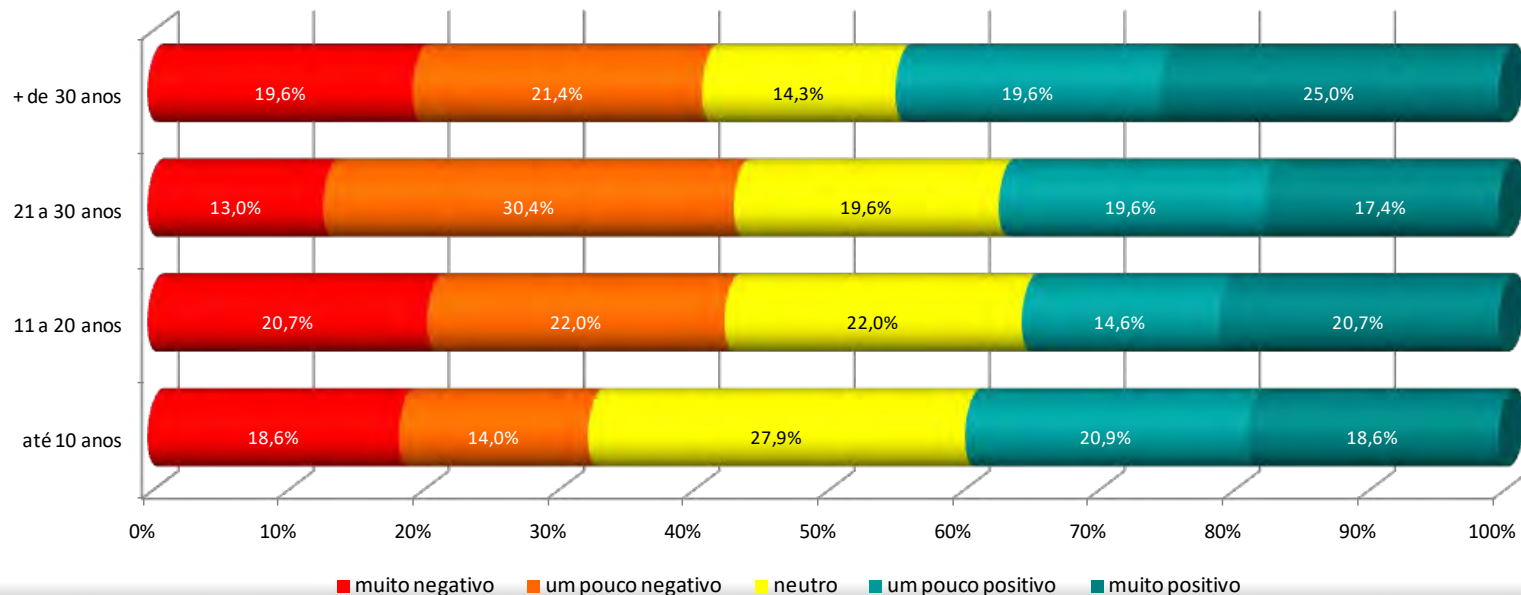
Por tempo da empresa no mercado

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

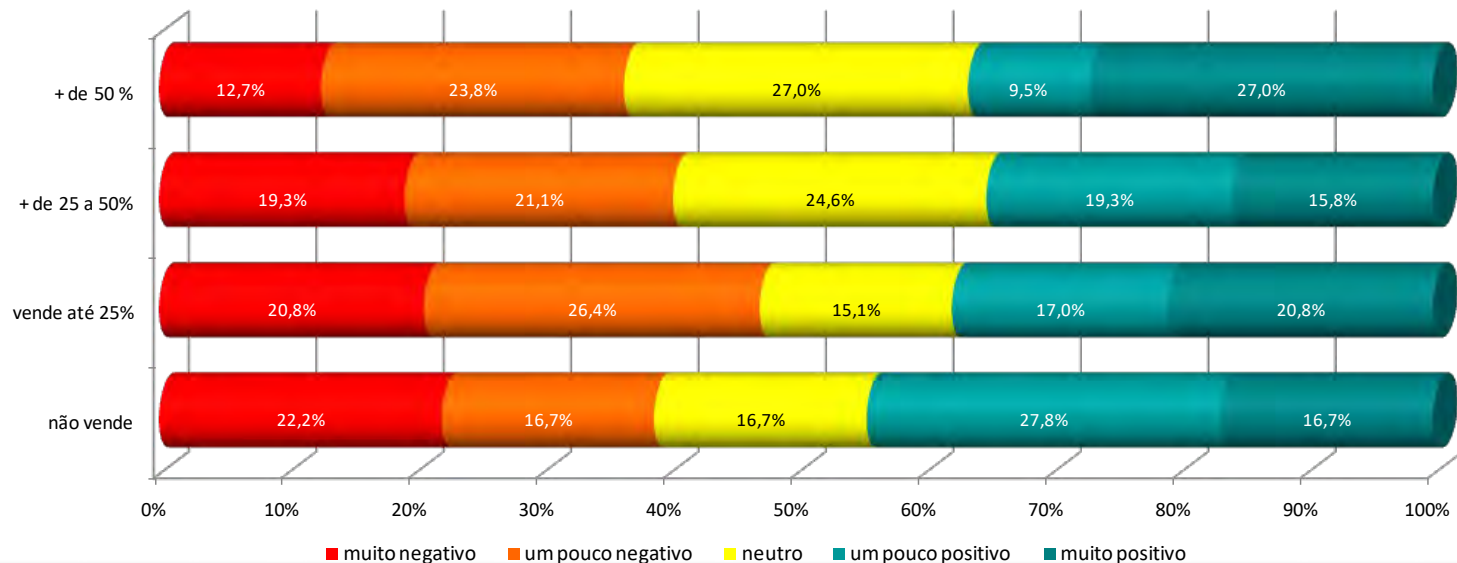
Por % de venda para indústria

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

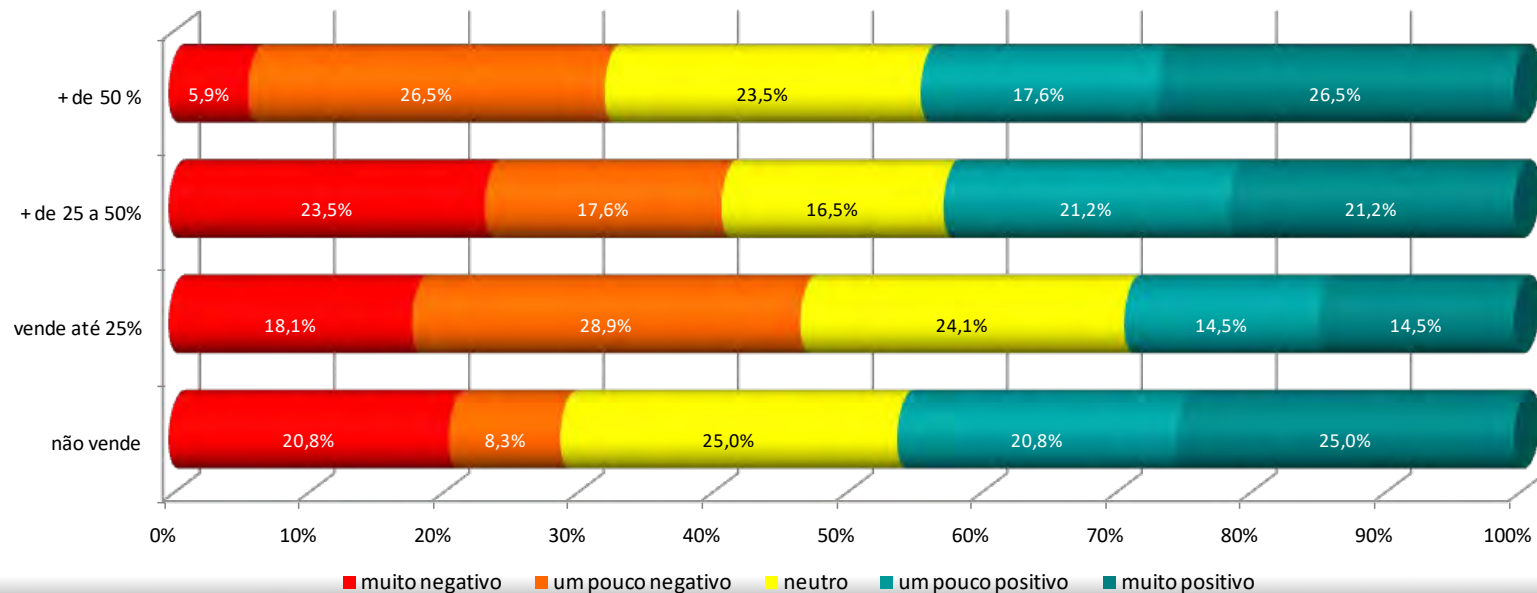
Por % de venda para instaladores

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Qualificação da Mão de Obra

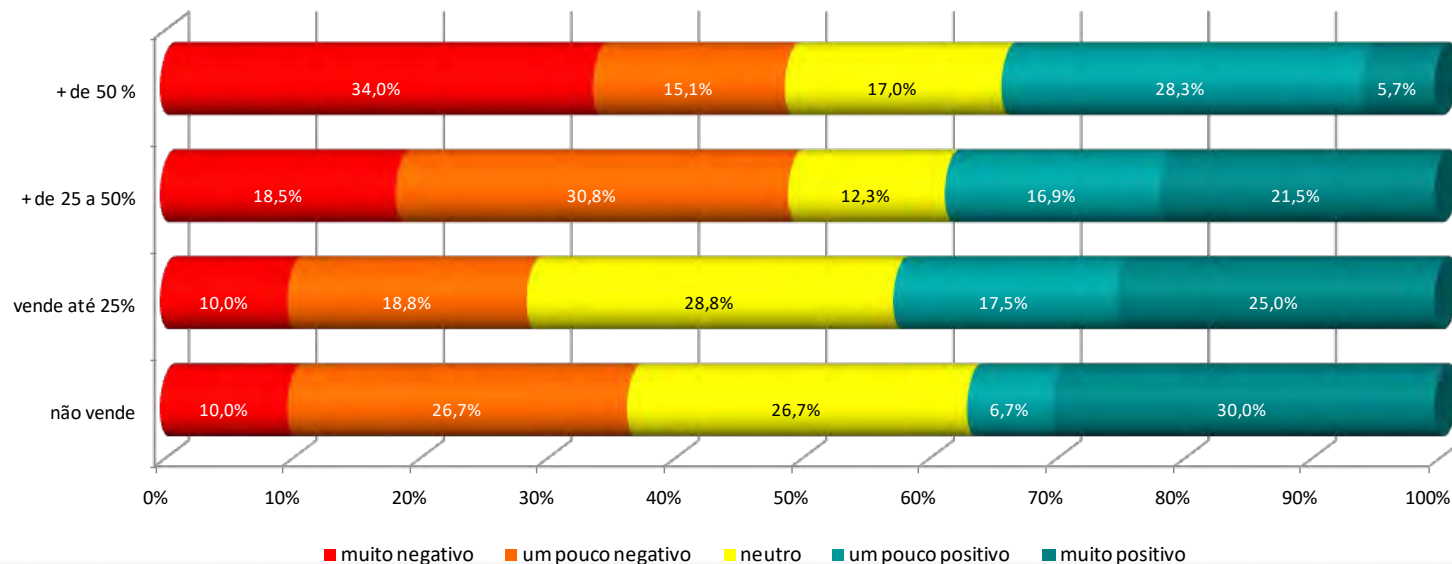
Por % de venda para consumidor final

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

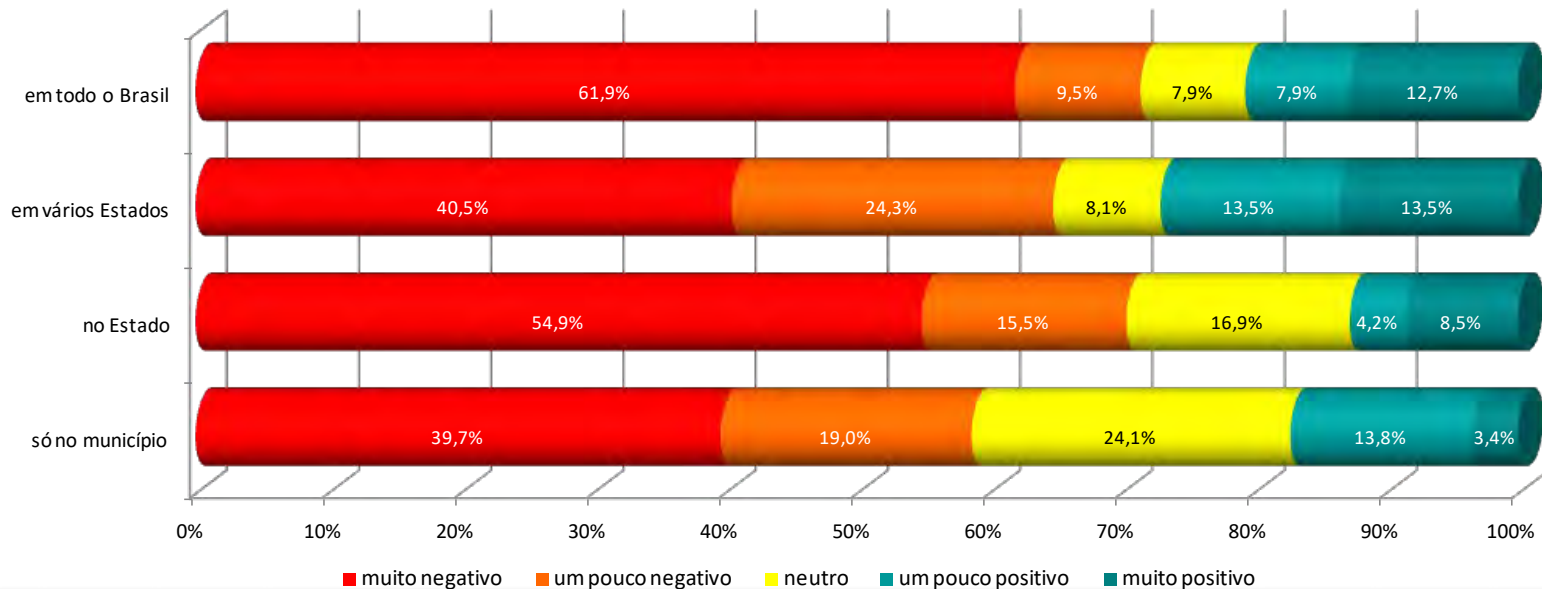
Por região de atuação

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

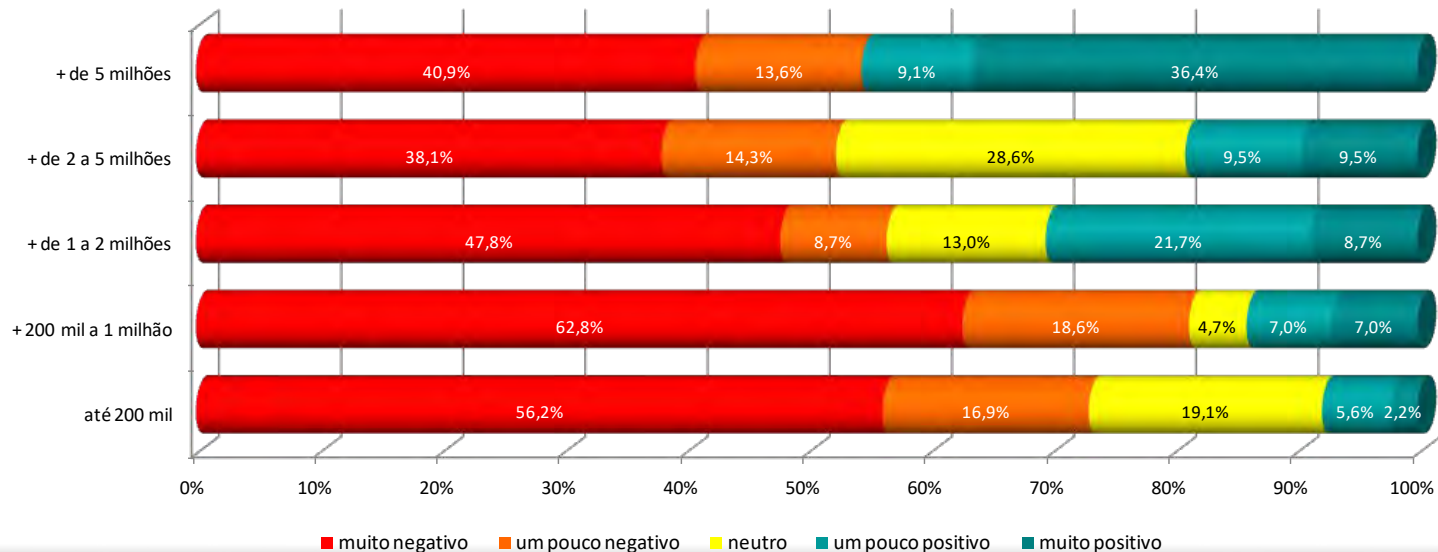
Por faixa de faturamento mensal

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

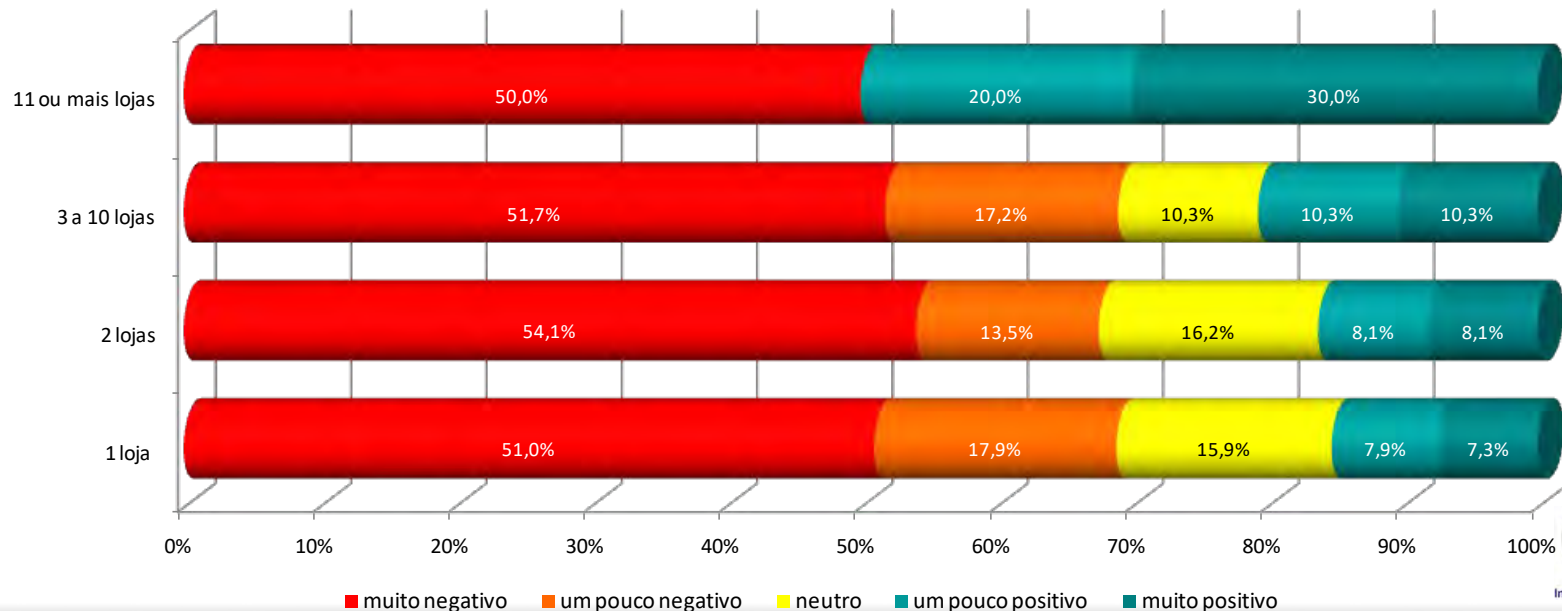
Por número de lojas

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 – 2011

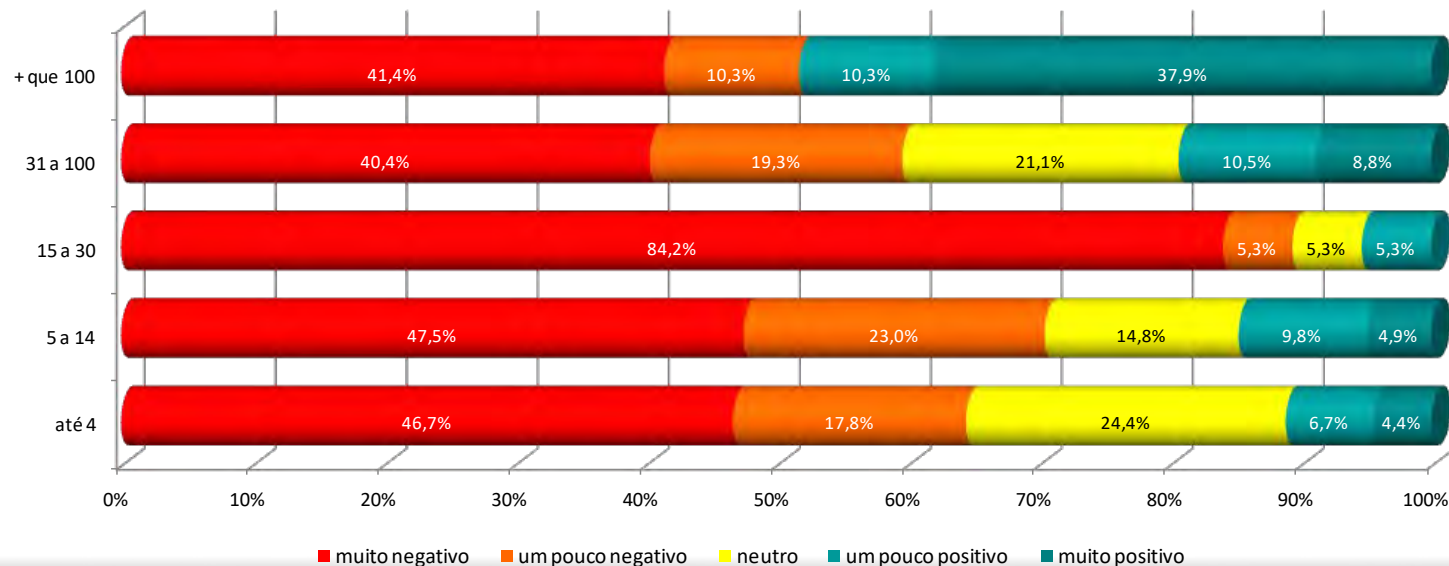
Avaliação do Impacto - Legislação Tributária Por número de empregados

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

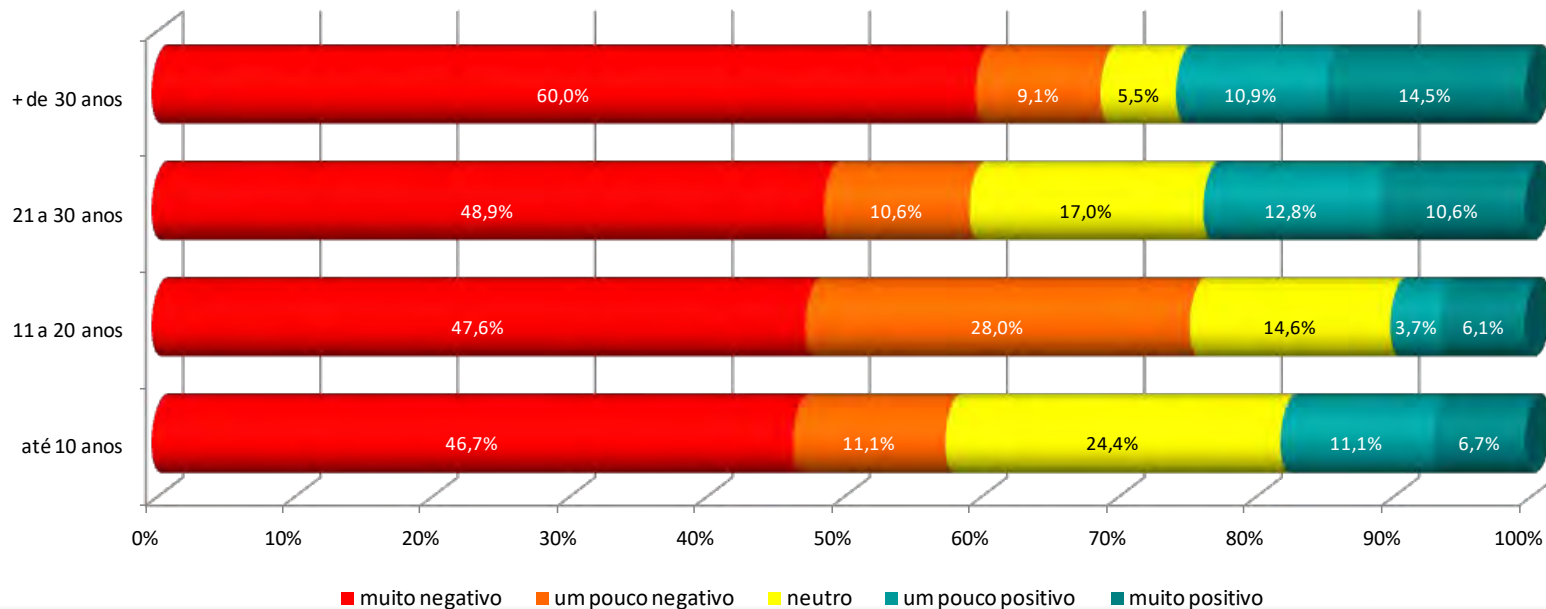
Por tempo da empresa no mercado

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 – 2011

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

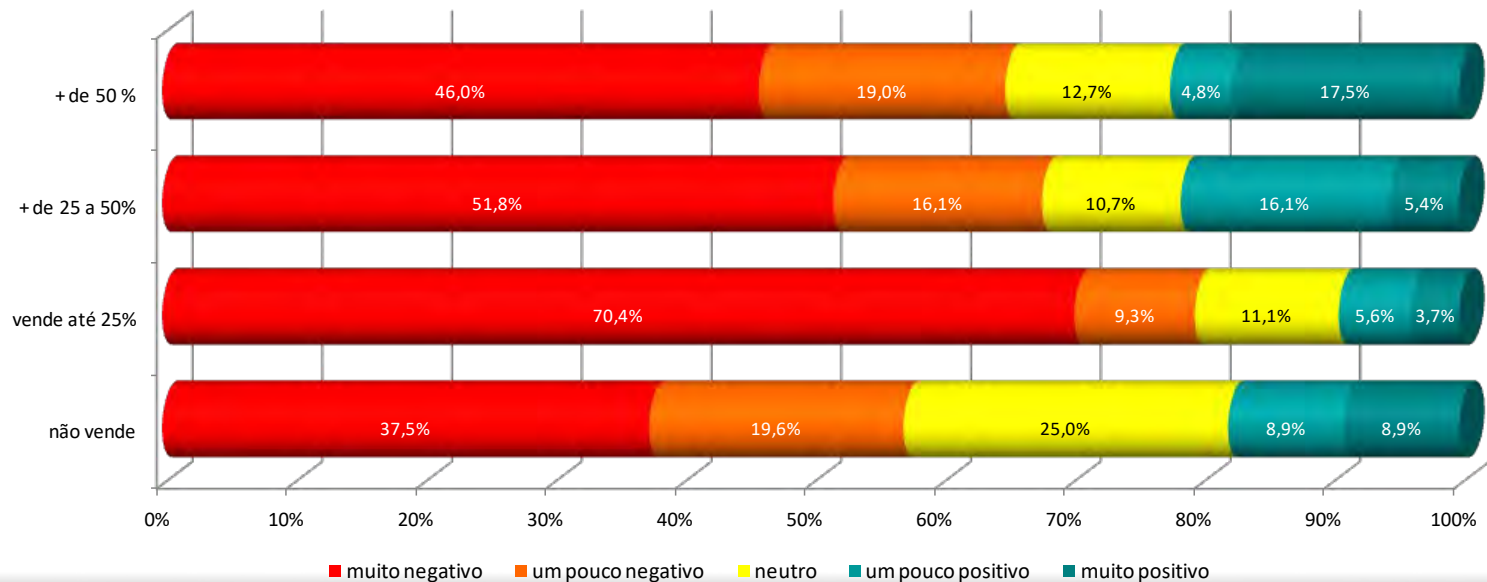
Por % de venda para indústria

% 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 – 2011

Avaliação do Impacto - Legislação Tributária

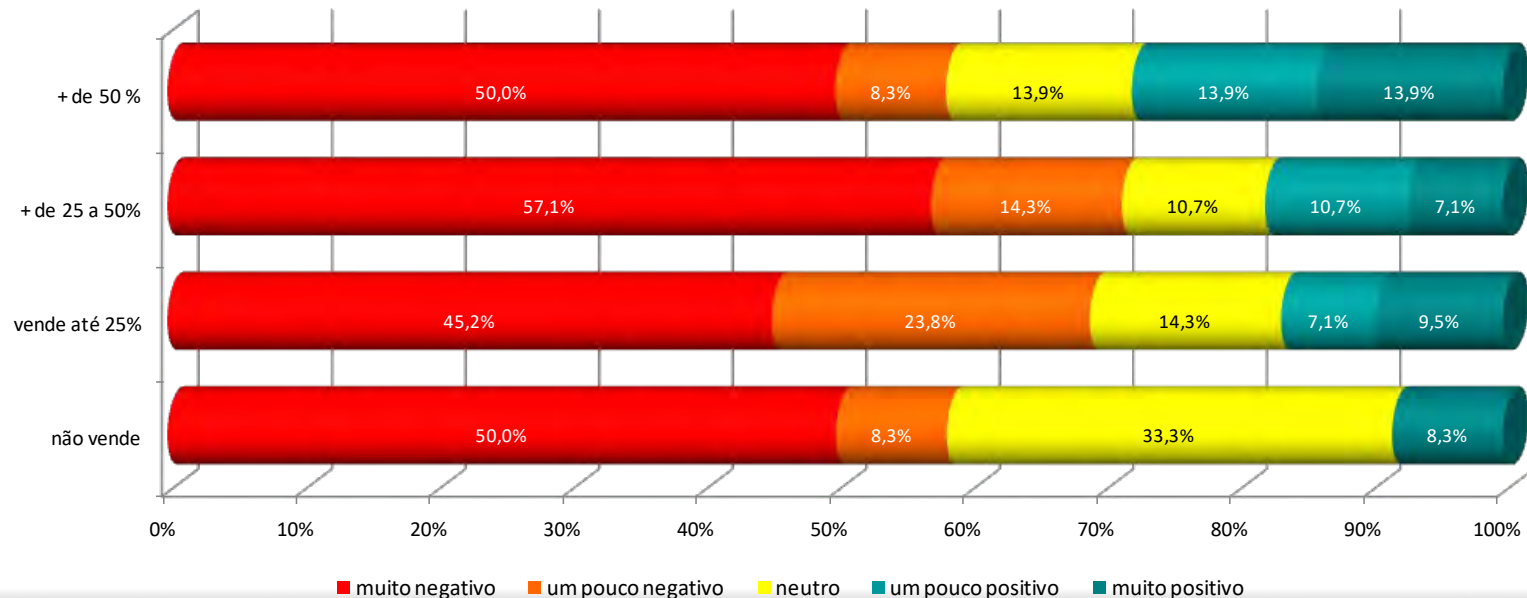
Por % de venda para instaladores

% 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 – 2011

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

