

ANEXOS

ANEXO I: CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado/a señor/a:

En el Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, se está desarrollando una línea de investigación centrada en las políticas y prácticas de dirección y gestión del personal de ventas en las organizaciones empresariales. Dentro de esta línea, actualmente llevamos a cabo un proyecto de investigación sobre el diseño e implantación de sistemas retributivos eficaces para el personal de ventas, ya que la retribución es una de las herramientas más importantes que tienen las empresas para la motivación y control de los vendedores, además de despertar interés y generar preocupación entre ellos.

El diseño de un sistema retributivo es algo muy complejo y depende, entre otras cosas, del tipo de productos que se vende, de la intensidad de la competencia en el sector, y de las características de la empresa y del personal de ventas. El conocimiento del entorno y la adecuación del sistema retributivo a las condiciones en las que se desarrolla la actividad de ventas son fundamentales para el éxito de dicha actividad.

Hemos seleccionado a su empresa como parte de una muestra representativa de las principales organizaciones del estado español, y nos dirigimos a usted para solicitar su colaboración, ya que su experiencia, conocimiento e interés en las ventas y en la dirección de equipos de vendedores, son de gran utilidad para un proyecto de estas características. Dicha colaboración se circunscribe a la cumplimentación del cuestionario adjunto, el cual puede remitirnos en el sobre franqueado que se incluye. Sus respuestas serán agregadas a las de los demás informantes y sólo se procesarán en ese estado. La confidencialidad de sus respuestas será respetada en todos los casos.

Su colaboración es extremadamente importante para el desarrollo y éxito de este proyecto de investigación y nos ayudará a obtener resultados de gran interés para la gestión y dirección del personal de ventas. Como expresión de agradecimiento por su apoyo, sería un placer para las personas implicadas en este proyecto enviarle una copia del informe final, con los resultados y conclusiones del mismo. Para poder facilitarles dicha copia puede enviarnos, junto con el formulario de la encuesta, sus datos personales y dirección de envío, ya sea postal o de correo electrónico.

Por último, queremos agradecer de antemano su predisposición y colaboración, y quedamos a su disposición para contestar a cualquier consideración, duda, sugerencia o comentario que usted considerara oportuno.

Atentamente,

Domingo Verano Tacoronte
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Departamento de Economía y Dirección de Empresas
Campus Universitario de Tafira. Edificio Departamental de Empresariales. Módulo C
35017 Las Palmas de Gran Canaria

Teléfono: 928 458116 - Fax: 928 451829 - Correo electrónico: domi@empresariales.ulpgc.es

ANEXO II: CUESTIONARIO



Universidad de Las Palmas de
Gran Canaria

INSTRUCCIONES PARA LA CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO

Este cuestionario es un instrumento con el fin de recabar información sobre las variables que influyen en el establecimiento de un sistema de retribución para una fuerza de ventas. Para responder a sus diferentes apartados es necesario que se circunscriba a **la fuerza de ventas que está bajo su responsabilidad. En el caso de existir en su empresa varias unidades de ventas orientadas a diferentes productos y/o mercados, y que por ello reciban un tratamiento diferente unas de otras en materia de dirección de personal de ventas, por favor, haga referencia sólo a la unidad más representativa o a aquélla con la que esté más familiarizado/a.** Tenga presente que no hay respuestas buenas ni malas, sino distintas percepciones sobre la realidad organizativa y de su entorno, que deben ser expresadas tal y como se manifiestan y no como idealmente piensa que deberían ser.

Si lo considera oportuno puede realizar cualquier comentario o sugerencia. Sus anotaciones serán leídas atentamente y tomadas en consideración. Sus respuestas serán agregadas a las de los demás informantes y sólo se procesarán en ese estado. La confidencialidad de sus respuestas será respetada en todos los casos. Una vez cumplimentado, puede enviar el cuestionario en el sobre franqueado que se incluye. Por último, queremos agradecer de antemano su predisposición y colaboración, y quedamos a su disposición para contestar a cualquier consideración, duda, sugerencia o comentario que usted considerara oportuno, a través de las vías que le indico a continuación:

Tfno: 928458116. Fax: 928451829. E-mail: domi@empresariales.ulpgc.es

- 1** Por favor, indiquenos si las respuestas que va a darnos corresponden a la totalidad de la fuerza de ventas de su empresa o bien a una unidad de ventas en particular (sólo es posible una respuesta):

	(2)
Voy a hacer referencia a la única fuerza de ventas de la empresa	1
Voy a hacer referencia a una de las unidades de ventas de la empresa	2

- 2** Las siguientes afirmaciones hacen referencia a las condiciones en que se desarrolla la actividad de ventas de su empresa o unidad de ventas. Indique, por favor, su **grado de acuerdo** con cada una de ellas, teniendo en cuenta que marcar "1" significa "Totalmente en desacuerdo" y "5" significa "Totalmente de acuerdo".

CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS	(3-34)				
	Totalmente en desacuerdo			Totalmente de acuerdo	
Debido al tipo de sector y de productos, los clientes emplean mucho tiempo y recursos en informarse antes de comprar	1	2	3	4	5
La decisión de compra de los clientes suele ser tomada por más de una persona	1	2	3	4	5
Los productos ofrecidos por mis vendedores son complejos	1	2	3	4	5
Los clientes necesitan mucha información para que el uso o consumo del producto sea totalmente satisfactorio	1	2	3	4	5
Para tener éxito en la venta, es fundamental que el vendedor adapte la formulación de la oferta de los productos o servicios a la situación particular de cada cliente	1	2	3	4	5
La compra de los productos de la empresa por parte de los clientes tiene carácter periódico o rutinario	1	2	3	4	5
El entorno en el que opera mi empresa cambia rápidamente	1	2	3	4	5
La competencia es muy fuerte en mi sector	1	2	3	4	5
Nuestros competidores introducen productos nuevos con una alta frecuencia	1	2	3	4	5
La experiencia indica que las previsiones de ventas realizadas en el sector suelen ser inexactas	1	2	3	4	5
El volumen de ventas de mi empresa o unidad de ventas ha sido muy inestable en los últimos años	1	2	3	4	5
La diferencia entre ventas reales y esperadas el último año fue elevada	1	2	3	4	5
La mayoría de los productos vendidos por mis vendedores son nuevos en el mercado	1	2	3	4	5
La mayoría de los productos vendidos por mi empresa o unidad de ventas son nuevos en nuestra cartera de productos	1	2	3	4	5
Es fácil valorar con exactitud cuánto esfuerzo aplica cada vendedor de mi empresa o unidad de ventas en su trabajo	1	2	3	4	5
El responsable del equipo de ventas dispone de medios fiables para conocer la forma en que los vendedores realizan sus tareas y actividades	1	2	3	4	5
Los vendedores de mi empresa podrían falsear fácilmente el contenido de sus informes de visitas si quisieran hacerlo	1	2	3	4	5
Existen muchos factores fuera del control de los vendedores que influyen en sus resultados de ventas	1	2	3	4	5
Utilizar medidas de resultados, como la cifra de ventas, representa fielmente el esfuerzo real de mis vendedores	1	2	3	4	5
El vendedor debe utilizar parte de su tiempo de trabajo en actividades de seguimiento y estudio de clientes	1	2	3	4	5

CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS	Totalmente en desacuerdo			Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5
El vendedor debe utilizar parte de su tiempo en actividades orientadas a mejorar las ventas a largo plazo	1	2	3	4	5
La publicidad de mi empresa es muy importante a la hora de conseguir una venta	1	2	3	4	5
Mis vendedores representan una cartera o gama de productos amplia	1	2	3	4	5
El prestigio de la empresa es fundamental para tener éxito en la venta en este sector	1	2	3	4	5
En general, el mercado piensa que mis productos son mejores que los de la competencia	1	2	3	4	5
Mis vendedores, por su conocimiento del mercado, pueden estimar mejor que yo sus ventas potenciales	1	2	3	4	5
El rendimiento de cada uno de mis vendedores depende en gran medida del esfuerzo de todo el equipo de ventas	1	2	3	4	5
El que un vendedor normal abandone mi empresa me produce un problema grave de pérdida de ventas y de clientes	1	2	3	4	5
Cuando un vendedor abandona la empresa, podemos encontrar a un sustituto al menos tan capacitado con facilidad	1	2	3	4	5
Un vendedor de mi empresa o unidad de ventas puede ir a otra empresa fácilmente con una importante mejora retributiva	1	2	3	4	5
El esfuerzo de formación requerido para preparar a los vendedores de mi empresa o unidad de ventas es alto, independientemente de quién financie las acciones formativas	1	2	3	4	5
Mi empresa ofrece a los vendedores posibilidades ciertas de promoción interna en el departamento de ventas	1	2	3	4	5

3 De cara a conocer las actividades, la preparación y la forma de incentivar al equipo de ventas de su empresa o unidad de ventas, nos sería de gran utilidad que respondiera a las siguientes cuestiones.

(35-53)

CARACTERÍSTICAS DEL EQUIPO DE VENTAS Y DE LA POLÍTICA RETRIBUTIVA DE VENTAS	
) Cuántos vendedores tiene su empresa o unidad de ventas?	_____
¿Qué porcentaje de su fuerza de ventas tiene un contrato laboral indefinido?	_____ %
) Cuántos supervisores de ventas tiene su empresa o unidad de ventas?	_____
) Qué porcentaje de la fuerza de ventas de la empresa o de su unidad de ventas es independiente (contrato mercantil)?	_____ %
) Cuál es el número medio de clientes en cartera que tiene un vendedor en su empresa o unidad de ventas?	_____
Suponga que usted ha de elegir entre dos opciones: [1ª opción] Dirigir una unidad nueva con productos innovadores, que ofrece la posibilidad de generar ventas que pueden ser de 1.000 millones (con un 50% de probabilidad) o de 1.600 millones de pesetas (también con un 50% de probabilidad); o [2ª opción] dirigir una unidad con unas ventas ciertas (100% de seguridad) de X ptas. Por favor, indique la cantidad X para que le fueran indiferentes las dos opciones	_____ ptas.
Suponga que a uno de sus vendedores se le diera a elegir entre dos opciones: [1ª opción] Cobrar únicamente retribución variable, que puede ser de 5 millones al año (con un 50% de probabilidad) o de 10 millones al año (también con un 50% de probabilidad); o [2ª opción] recibir sólo un salario fijo de X pesetas. ¿Qué valor debería tener X para que a su vendedor le fuera indiferente elegir cualquiera de las dos opciones?	_____ ptas.
¿Cuál es la experiencia en ventas que predomina entre los vendedores de su empresa o unidad de ventas?	1. Menos de 3 años 2. Entre 3 y 7 años 3. Más de 7 años
) ¿Cuál es la antigüedad que predomina entre los vendedores de su empresa o unidad de ventas?	1. Menos de 3 años 2. Entre 3 y 7 años 3. Entre 7 y 10 años 4. Más de 10 años
¿Qué nivel de formación predomina entre sus vendedores?	1. Primarios 2. Bachiller / F.P. 3. Universitarios medios 4. Universitarios superiores
Mi empresa ofrece a los vendedores un plan de carreras a largo plazo que incluye la promoción a puestos directivos	a. Sí b. No
- Entendiendo por comisiones las cantidades que reciben los empleados por cada unidad de producto o monetaria vendida, ¿reciben comisiones los miembros de su equipo de ventas?	a. Sí b. No (ir a sig. fila)
-) Qué porcentaje suponen las comisiones sobre la retribución anual bruta total (fijo+variable) de un vendedor normal?	_____ %
- Entendiendo por bonus las cantidades variables entregadas a los empleados por el cumplimiento de objetivos predeterminados, ¿reciben bonus los miembros de su equipo de ventas?	a. Sí b. No (ir a sig. fila)
-) Qué porcentaje supone el bonus sobre la retribución total bruta (fijo+variable) de uno de sus vendedores normales?	_____ %
-) Qué porcentaje de su equipo de ventas recibió bonus el año pasado?	_____ %
- Los bonus que paga mi empresa están relacionados fundamentalmente con objetivos de volumen de ventas o de rentabilidad de las mismas	a. Sí b. No
) ¿Cuál es la retribución total anual bruta (fijo+variable) que se ofrece en su sector a un vendedor promedio de características y funciones similares a las que tiene este puesto en su empresa?	_____ ptas.
¿Existen incentivos económicos (retribución variable) en su empresa o unidad de ventas que premien el esfuerzo colectivo de su fuerza de ventas?	a. Sí b. No

4) Cómo calificaría los resultados de su empresa o unidad de ventas en las siguientes áreas durante los últimos 24 meses, teniendo en cuenta que “1” significa “muy pobre” y “5” significa “excelente”?

(54-61)

EFECTIVIDAD DE LA EMPRESA O UNIDAD DE VENTAS	Muy pobre			Excelente	
	1	2	3	4	5
Volumen de ventas comparado con su principal competidor	1	2	3	4	5
Rentabilidad de la empresa comparado con su principal competidor	1	2	3	4	5
Evolución de la cuota de mercado comparado con su principal competidor	1	2	3	4	5
Satisfacción de los clientes respecto a su principal competidor	1	2	3	4	5
Volumen de ventas respecto a los objetivos de su empresa o unidad de ventas	1	2	3	4	5
Rentabilidad respecto a los objetivos de su empresa o unidad de ventas	1	2	3	4	5
Cuota de mercado respecto a los objetivos de su empresa o unidad de ventas	1	2	3	4	5
Satisfacción del cliente comparada con los objetivos de su empresa o unidad de ventas	1	2	3	4	5

5 ¿Cómo valoraría el rendimiento de su fuerza de ventas durante los últimos 24 meses en las siguientes áreas, teniendo en cuenta que “NE” significa “factor no evaluado en mi empresa o unidad”; “1” significa “muy pobre” y “5” significa “excelente”?

(62-82)

RENDIMIENTO DE LA FUERZA DE VENTAS		Muy pobre			Excelente	
		1	2	3	4	5
Producir una alta cuota de mercado para su empresa o unidad de ventas	NE	1	2	3	4	5
Generar ventas de los productos con mayor margen de beneficios	NE	1	2	3	4	5
Generar un alto nivel de ingresos	NE	1	2	3	4	5
Generar rápidamente ventas de los nuevos productos de la empresa	NE	1	2	3	4	5
Identificar y vender a cuentas grandes	NE	1	2	3	4	5
Generar ventas o contratos con rentabilidad a largo plazo	NE	1	2	3	4	5
Superar todos los objetivos de ventas durante el año	NE	1	2	3	4	5
Conocer las especificaciones, aplicaciones y funciones de nuestros productos	NE	1	2	3	4	5
Ser capaces de detectar las causas de los fallos operativos de nuestros productos	NE	1	2	3	4	5
Utilizar los contactos para generar nuevas cuentas	NE	1	2	3	4	5
Realizar presentaciones claras y eficaces	NE	1	2	3	4	5
Encontrar soluciones a las preguntas y objeciones de los clientes	NE	1	2	3	4	5
Planificar cada visita de ventas	NE	1	2	3	4	5
Planificar la atención a los clientes en el territorio o zona asignada	NE	1	2	3	4	5
Conocer las políticas, procedimientos y programas de la empresa, de cara a ofrecer información a los clientes	NE	1	2	3	4	5
Ofrecer documentación precisa y completa relacionada con los pedidos, gastos y otros informes de rutina	NE	1	2	3	4	5
Entregar a tiempo los informes y documentación requeridos por la empresa	NE	1	2	3	4	5
Operar dentro de los presupuestos fijados por la empresa	NE	1	2	3	4	5
Utilizar las cuentas de gastos con honradez, incluyendo viajes y alojamiento	NE	1	2	3	4	5
Ofrecer servicio después de la venta	NE	1	2	3	4	5
Comprobar la entrega del producto	NE	1	2	3	4	5

6 Datos de clasificación. Información relativa a la empresa y al informante**(83-95) INFORMACIÓN RELATIVA A LA EMPRESA**

Año de fundación de su empresa	<input type="text"/>
Ventas en millones de ptas. (último ejercicio)	<input type="text"/>
Número actual de empleados	<input type="text"/>
Cuál es la distribución porcentual del capital en su empresa	
Privado español	<input type="text"/> %
Público español	<input type="text"/> %
Extranjero	<input type="text"/> %
Total	100%
¿Cómo se distribuye geográficamente el mercado de su empresa?	
Regional	<input type="text"/> %
Nacional	<input type="text"/> %
Unión Europea	<input type="text"/> %
Resto del Mundo	<input type="text"/> %
Total	100%
Respecto a sus ventas totales, los consumidores finales de sus productos son	
Particulares	<input type="text"/> %
Empresas	<input type="text"/> %
Total	100%
Sector de actividad al que pertenece su empresa	<input type="text"/>

(96-100) INFORMACIÓN RELATIVA AL INFORMANTE

Cargo que ocupa en la actualidad:	
Director de Marketing	<input type="text"/> 1
Director Comercial	<input type="text"/> 2
Otros (especificar): <input type="text"/>	<input type="text"/> 3
Antigüedad en la empresa:	
Menos de 5 años	<input type="text"/> 1
Entre 5 y 10 años	<input type="text"/> 2
Más de 10 años	<input type="text"/> 3
Número de años en el puesto actual o equivalente:	
Menos de 5 años	<input type="text"/> 1
Entre 5 y 10 años	<input type="text"/> 2
Más de 10 años	<input type="text"/> 3
Años de experiencia en el sector:	
Menos de 5 años	<input type="text"/> 1
Entre 5 y 10 años	<input type="text"/> 2
Más de 10 años	<input type="text"/> 3
Estudios / formación	
Primarios	<input type="text"/> 1
Bachiller/Formación profesional	<input type="text"/> 2
Universitarios Medios	<input type="text"/> 3
Universitarios Superiores	<input type="text"/> 4

SI DESEA UNA COPIA DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIOS, POR FAVOR INDIQUE SU NOMBRE Y DIRECCIÓN POSTAL Y/O DE CORREO ELECTRÓNICO

ANEXO III: LISTADO DE VARIABLES

Nº DE VARIABLE	NOMBRE DE LA VARIABLE	VALORES
V01	Número de cuestionario	1-108
V02	Información perteneciente a la única fuerza de ventas de la empresa o a la más representativa	1, la única f.v.; 2, la más representativa
V03	Los clientes emplean mucho tiempo y recursos en informarse antes de comprar	(A)
V04	La decisión de compra de los clientes es tomada por más de una persona	(A)
V05	Los productos ofrecidos por los vendedores son complejos	(A)
V06	Los clientes necesitan mucha información para el uso satisfactorio del producto	(A)
V07	El éxito de la venta depende de la adaptación a las necesidades específicas de cada cliente	(A)
V08	La compra de los productos tiene carácter rutinario	(A)
V09	El entorno cambia rápidamente	De 1 (completamente en desacuerdo) a 5 (completamente de acuerdo) (A)
V10	La competencia es muy fuerte en el sector	(A)
V11	La competencia introduce productos con alta frecuencia	(A)
V12	Las previsiones de ventas son inexactas	(A)
V13	El volumen de ventas de la empresa es muy inestable	(A)
V14	La diferencia entre ventas reales y esperadas es elevada	(A)
V15	La mayoría de los productos de la empresa son nuevos en el mercado	(A)
V16	La mayoría de los productos de la empresa son nuevos para la empresa	(A)
V17	Es fácil valorar el nivel de esfuerzo de los vendedores	(A)
V18	El responsable del equipo de ventas tiene medios fiables para valorar la conducta de los vendedores	(A)
V19	Los vendedores pueden falsear el contenido de sus informes de ventas	(A)
V20	Muchos factores fuera del alcance de los vendedores	(A)
V21	Las medidas de resultados son un buen indicador del esfuerzo de los vendedores	(A)
V22	El vendedor debe dedicar tiempo al seguimiento de los clientes	(A)
V23	El vendedor debe dedicar tiempo a actividades orientadas al largo plazo	(A)
V24	La publicidad es muy importante para conseguir una venta	(A)
V25	La gama de productos de mi empresa es amplia	(A)
V26	El prestigio de la empresa es fundamental para vender	(A)
V27	Mis productos son mejores que los de la competencia	(A)
V29	La venta es un trabajo en equipo	(A)
V30	La marcha de un vendedor causa serios problemas a la empresa	(A)
V31	Es fácil encontrar a un sustituto cualificado	(A)
V32	Un vendedor de la empresa podría ganar más dinero en la competencia	(A)
V33	El esfuerzo de formación es alto	(A)
V34	La empresa ofrece posibilidades ciertas de promoción en el departamento de ventas	(A)
V35	La empresa ofrece un plan de carreras a largo plazo a la fuerza de ventas, con promoción a puestos directivos	(A)
V36	Porcentaje de contratos indefinidos en la fuerza de ventas	0-100%
V40	Propensión al riesgo del responsable de la fuerza de ventas	Indefinido
V41	Propensión al riesgo de la fuerza de ventas	Indefinido
V42	Experiencia en ventas predominante en la fuerza de ventas	1, menos de tres años; 2, entre tres y siete años; 3, más de siete años
V43	Antigüedad predominante en la fuerza de ventas	1, menos de tres años; 2, entre tres y siete años; 3, entre siete y diez años; 4, más de diez años
V44	Nivel educativo predominante en la fuerza de ventas	1, estudios primarios; 2, bachiller / F.P.; 3, universitarios medios; 4, universitarios superiores
V45	Número de vendedores de la empresa	Indefinido
V46	Los vendedores reciben comisiones	Sí / No
V47	Porcentaje que suponen las comisiones sobre la retribución total	0-100%
V48	Los vendedores reciben <i>bonus</i>	Sí / No
V49	Porcentaje que suponen los <i>bonus</i> sobre la retribución total	0-100%
V52	Retribución ofrecida en el sector a un vendedor similar al de la empresa	Indefinido
V54	Comparación del volumen de ventas de la empresa con su principal competidor	De 1 (muy pobre) a 5

Nº DE VARIABLE	NOMBRE DE LA VARIABLE	VALORES
		(excelente) (B)
V55	Comparación de la rentabilidad de la empresa con su principal competidor	(B)
V56	Comparación de la cuota de mercado de la empresa con su principal competidor	(B)
V57	Comparación de la satisfacción de los clientes de la empresa con su principal competidor	(B)
V58	Comparación del volumen de ventas de la empresa con sus propios objetivos	(B)
V59	Comparación de la rentabilidad de la empresa con sus propios objetivos	(B)
V60	Comparación de la cuota de mercado de la empresa con sus propios objetivos	(B)
V61	Comparación de la satisfacción de los clientes de la empresa con sus propios objetivos	(B)
V62	Efectividad de los vendedores: cuota de ventas	(B)
V63	Efectividad de los vendedores: venta de productos con mayor margen de beneficio	(B)
V64	Efectividad de los vendedores: nivel de ingresos generado	(B)
V65	Efectividad de los vendedores: introducción rápida de productos nuevos de la empresa	(B)
V66	Efectividad de los vendedores: identificar y vender a cuentas grandes	(B)
V67	Efectividad de los vendedores: generar ventas o contratos rentables a largo plazo	(B)
V68	Efectividad de los vendedores: superar todos los objetivos de ventas durante el año	(B)
V69	Rendimiento de los vendedores: conocer las especificaciones de los productos	(B)
V70	Rendimiento de los vendedores: detectar las causas de los fallos de los productos	(B)
V71	Rendimiento de los vendedores: utilizar los contactos para generar nuevas cuentas	(B)
V72	Rendimiento de los vendedores: realizar presentaciones claras y eficaces	(B)
V73	Rendimiento de los vendedores: encontrar soluciones a las preguntas y objeciones de los clientes	(B)
V74	Rendimiento de los vendedores: planificar visitas de ventas	(B)
V75	Rendimiento de los vendedores: planificar atención a los clientes en el territorio o zona	(B)
V76	Rendimiento de los vendedores: conocer las políticas y programas de la empresa	(B)
V77	Rendimiento de los vendedores: entregar documentación precisa sobre pedidos y gastos	(B)
V78	Rendimiento de los vendedores: entregar a tiempo los informes y documentación solicitada	(B)
V79	Rendimiento de los vendedores: operar dentro de los presupuestos de gastos de la empresa	(B)
V80	Rendimiento de los vendedores: utilizar las cuentas de gastos con honradez	(B)
V81	Rendimiento de los vendedores: ofrecer servicio post-venta	(B)
V82	Rendimiento de los vendedores: comprobar la entrega del producto	(B)
V83	Ventas en el último ejercicio	Indefinido
V84	Número actual de empleados	Indefinido
V85	Porcentaje de capital privado español	0-100%
V86	Porcentaje de capital público español	0-100%
V87	Porcentaje de capital extranjero	0-100%
V88	Porcentaje de ventas en el mercado regional	0-100%
V89	Porcentaje de ventas en el mercado nacional	0-100%
V90	Porcentaje de ventas en la Unión Europea (excluida España)	0-100%
V91	Porcentaje de ventas en el resto del mundo	0-100%
V95	Cargo ocupado por el informante	1, director comercial; 2, director de marketing; 3, otros
V96	Antigüedad del informante en la empresa	1, menos de cinco años; 2, entre cinco y diez años; 3, más de diez años
V97	Antigüedad en el puesto actual o equivalente	1, menos de cinco años; 2, entre cinco y diez años; 3, más de diez años
V98	Experiencia del encuestado en el sector	1, menos de cinco años; 2, entre cinco y diez años; 3, más de diez años
V99	Nivel de estudios / formación del encuestado	1, primarios; 2, bachiller / F.P.; 3, universitarios medios; 4, universitarios superiores