

ALLEGATO 18

Nota Tecnica e Metodologica

SG61D

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ISTAT:

- 51.18.0 - Intermediari del commercio specializzato di prodotti particolari n.c.a.;
- 51.19.0 - Intermediari del commercio di vari prodotti senza prevalenza di alcuno.

La finalità perseguita è di determinare un “ricavo potenziale” tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un’impresa.

A tale scopo, nell’ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell’espletamento dell’attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo agli intermediari del commercio è SG61).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 131.078. I questionari restituiti sono stati 95.738, pari al 73% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 17.574 questionari, pari al 18,4% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sul fatturato complessivo superiore al 10%;
- settore merceologico prevalente e altri settori assenti e/o errati;
- volume delle provvigioni per tipologia delle aziende rappresentate non compilato;
- quadro F del questionario (modalità di espletamento dell'attività) non compilato;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro F del questionario);
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 78.164.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*¹;
- un procedimento di *Cluster Analysis*².

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi.

¹ L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

² La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di una impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che collegano i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare undici gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- settore merceologico;
- tipologia di azienda rappresentata;
- tipologia della clientela;
- modalità organizzativa dell'impresa (essenzialmente impresa individuale con assenza sia di personale dipendente che di sottorete).

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Intermediari dell'industria con clientela industria

Numerosità: 10.435

Il cluster raggruppa gli intermediari che hanno un portafoglio clienti rappresentato per l'87% dei ricavi da industrie.

Rappresentano mediamente 2 aziende, composte principalmente da industrie medie (circa il 30% delle provvigioni), e piccole (29%), oltre che da grandi industrie (18%).

Hanno un portafoglio clienti medio (106 clienti).

Non hanno una particolare struttura e gli spazi dedicati all'ufficio sono prevalentemente ad uso promiscuo.

I consumi di carburante, le spese di viaggio e di albergo sono nella media del settore.

Le tipologie merceologiche prevalenti sono coerenti con la tipologia di clientela: si evidenzia infatti la presenza di attrezzature per l'industria (con particolare presenza di macchine per l'industria meccanica, apparecchi per misura / controllo e utensili), e anche di merceologie relative ai prodotti chimici e all'elettronica o elettrotecnica fra i quali si evidenziano i computer e edp, materiali per impianti elettrici e prodotti dell'elettronica in genere.

Cluster 2 - Intermediari dell'industria verso il dettaglio

Numerosità: 17.137

Rappresentano mediamente due aziende, prevalentemente appartenenti alla piccola industria (32% delle provvigioni) e alla media industria (27%), con una piccola presenza di aziende artigiane (10%).

Gestiscono un portafoglio clienti medio (110), composto principalmente da clientela al dettaglio (62%) e clientela ingrosso (15%).

I consumi di gasolio risultano superiori alla media, mentre le spese di viaggio e di albergo sono minime.

Hanno una struttura limitata con prevalenza di spazi per ufficio ad uso promiscuo.

Tra le tipologie merceologiche trattate si rilevano in particolare i prodotti farmaceutici (farmaci, prodotti per erboristeria e articoli per medici), la profumeria (prodotti di bellezza, cosmesi e profumi).

Cluster 3 - Grandi intermediari con struttura

Numerosità: 696

La caratteristica principale di questo raggruppamento sono le dimensioni, definite sia in termini di spazi dedicati ad uffici (in media 76 mq) che di spazi dedicati a deposito (25 mq), sia per la presenza media di due soci con occupazione prevalente (per le società) o di due subagenti e di un venditore. Le dimensioni più grandi della media sono definite dal numero di società rappresentate (mediamente 6), principalmente appartenenti all'industria, sia grande (32% delle provvigioni), media (30%) e piccola (13%), ma con presenza anche di grossisti (12%).

Gestiscono un portafoglio clienti molto elevato (mediamente 195), composto prevalentemente da industrie (42%), ingrosso (23%), ma con la presenza anche di punti vendita al dettaglio (25%).

Relativamente al carburante si evidenzia la presenza di elevati consumi di benzina e di metano, oltre a elevate spese telefoniche, spese di viaggio e spese di albergo.

La partecipazione a fiere registra un valore mediamente elevato (10 giorni); così come i beni utilizzati: tre autovetture, cellulari (2 in media) e tre personal computer.

Le tipologie merceologiche trattate sono varie: fra le altre si evidenzia la presenza di prodotti relativi a elettrotecnica ed elettronica e carta/cancelleria e libri.

Cluster 4 - Intermediari di carta, cancelleria e libri

Numerosità: 7.162

La caratteristica principale di questo cluster è la tipologia di prodotto trattata, carta, cancelleria e libri. Rappresentano mediamente due aziende, distribuiti fra agenti (21% delle provvigioni), media industria (22%), e grande industria (20%).

Gestiscono un portafoglio clienti ampio ed elevato (145), con presenza di dettaglio (32%), industria (24%) e privati (31%).

Sia i consumi di carburante che le spese di viaggio o di albergo risultano mediamente limitate.

Non si rilevano particolari strutture, se non spazi ad uso promiscuo dedicati ad uffici, leggermente superiori al valore medio del settore.

Cluster 5 - Intermediari di società di servizi

Numerosità: 7.113

Il cluster raggruppa le ditte che svolgono attività di intermediazione per società di servizi (83% delle provvigioni), e rappresentano mediamente 1 azienda committente. Gestiscono un portafoglio clienti abbastanza ampio (mediamente 144), composto prevalentemente da clientela al dettaglio (32%), industrie (24%), privati (23%).

Non si rileva presenza di struttura, né in termini di personale, né in termini di spazi dedicati ad ufficio, per il quale è prevalente l'uso promiscuo con l'abitazione.

I consumi di carburante sono tendenzialmente allineati alla media, mentre si rilevano spese di viaggio e di albergo minime, segno di un'area di mercato abbastanza limitata.

Coerentemente con la committenza rilevata, il settore merceologico prevalente è relativo alla pubblicità (44%) e ai prodotti assicurativi e finanziari (11%). Il cluster raggruppa infatti gli intermediari che hanno dichiarato di operare, secondo le tabelle merceologiche, nei seguenti rami: assicurativi, erogazione mezzi di finanziamento, raccolta di risparmio privato, pubblicità editoriale, pubblicità esterna, pubblicità radio e tv.

Cluster 6 - Intermediari dell'agricoltura, giardinaggio e zootecnia

Numerosità: 3.817

In questo cluster sono concentrati gli intermediari che trattano le merceologie dell'agricoltura. Le tipologie di prodotto trattate essenzialmente presenti sono alimenti zootecnici - additivi , antiparassitari, bulbi, piante e fiori, fertilizzanti,

impianti di irrigazione, macchine agricole, prodotti per il giardinaggio, utensileria.

Il numero di aziende rappresentate è in media pari a due, con presenza prevalente dell'industria (grande, 20% delle provvigioni, media 25%, piccola 19%). Gestiscono un portafoglio clienti abbastanza ampio (in media composto da circa 123 clienti), fra i quali si rileva la clientela al dettaglio (42%) e i privati (27%).

Non si evidenzia una significativa presenza di personale, né dipendente né come sottorete. Relativamente agli spazi, quelli dedicati ad ufficio sono limitati, mentre per il 16% degli intermediari si rilevano spazi dedicati a deposito.

Hanno consumi di GPL, metano e gasolio superiori alla media del settore; per la metà del cluster si rileva la presenza di altri automezzi, oltre alle autovetture.

Cluster 7 - Intermediari di medie dimensioni dell'industria verso ingrosso e dettaglio

Numerosità: 4.048

Il cluster è caratterizzato dagli intermediari dell'industria che vendono i prodotti trattati ai grossisti o al dettaglio. Fra le tipologie di committenti prevale la media industria (34% delle provvigioni), ma si rileva anche la grande industria (27%) e la piccola industria (16%). Il numero di aziende mediamente rappresentate è pari a 4. Il portafoglio clienti è superiore alla media (154) con presenza di ingrosso (28%), di punti vendita al dettaglio (33%) e anche di industria (25%).

Da sottolineare il numero medio di giorni di partecipazione a fiere (pari a 10).

Si rileva la presenza di una struttura in termini di mq di ufficio (mediamente 25) di autovetture (2) e di un socio, scarsa la presenza di personale dipendente o di una sottorete.

I consumi di carburante sono nettamente superiori alla media relativamente a benzina e gasolio così come le spese di viaggio e di albergo risultano elevate. Fra le merceologie si evidenziano l'elettrotecnica e l'edilizia.

Cluster 8 - Sub agenti di agenzie per l'elettronica

Numerosità: 9.577

Si tratta in prevalenza di intermediari di agenti di commercio, per i quali realizzano in media il 43% delle provvigioni, con presenza anche della grande industria (21%) e media industria (18%). Le aziende rappresentate sono mediamente due, mentre il portafoglio clienti gestito, è inferiore alla media (90 clienti). Vendono al dettaglio (41%), alla media e grande distribuzione (20%) e all'ingrosso (18%).

Hanno strutture minime con prevalenza di uffici ad uso promiscuo, e non si rileva la presenza di personale. I consumi sono allineati alla media, mentre inferiori risultano le spese di viaggio e di albergo.

Le tipologie merceologiche prevalenti sono: l'elettronica e l'elettrotecnica, con particolare presenza di radio tv, telecamere, elettrodomestici, lampade, apparecchi per impianti elettrici, ecc.

Cluster 9 - Intermediari indipendenti di autoveicoli

Numerosità: 2.102

Il cluster raggruppa gli intermediari che svolgono attività di vendita di autoveicoli. Sono questi, probabilmente, i venditori indipendenti presenti

all'interno delle strutture che esercitano attività di commercio al dettaglio di autoveicoli, utilizzando le strutture del committente.

Il numero medio di aziende rappresentate è due, con un portafoglio clienti ampio, ma inferiore alla media del settore (96 clienti). La principale tipologia della clientela è data dai privati (73%), con presenza anche di vendita al dettaglio (12%), sono ipotizzabili vendite effettuate alla sottorete dei concessionari e di vendita alle industrie (7%), probabilmente con la vendita di flotte.

Avvalendosi della struttura del committente non si rileva né personale dipendente, né spazi dedicati ad ufficio. Si rilevano invece spazi dedicati ad esposizione, dato che fa supporre all'inserimento dei dati relativi alla struttura del committente.

I consumi di carburante sono inferiori alla media del settore così come le spese di viaggio e di albergo.

Cluster 10 - Intermediari di prodotti per enti pubblici e comunità

Numerosità: 3.961

E' il cluster che tratta le merceologie destinate a enti pubblici e comunità.

Sono intermediari che mediamente rappresentano 2 ditte, la cui tipologia è varia: si rileva infatti la presenza di grossisti (21% delle provvigioni), medie industrie (19%) e grandi industrie (18%). Hanno un portafoglio clienti mediamente limitato (si registra il valore più basso, 87 clienti, rispetto alla media del settore), composto prevalentemente da enti pubblici per il 70%, clienti al dettaglio per il 10% e da privati per il 9%. In particolare le tipologie di prodotti rilevati all'interno sono: forniture per alberghi, forniture per bar e caffè, forniture per negozi, prodotti farmaceutici ed prodotti per ospedali.

Tra i prodotti farmaceutici si evidenzia la particolare presenza di intermediari che trattano prodotti diagnostici, apparecchi fisioelettromedicali e articoli sanitari.

Tra i dati strutturali non si evidenzia una particolare dotazione di strutture.

Fra i consumi di carburante solo la benzina ha valori superiori alla media del settore, mentre sostanzialmente allineate risultano le spese di viaggio e di albergo. Leggermente superiori sono i giorni di partecipazione a fiere e mostre (circa 4).

Cluster 11 - Intermediari dell'ingrosso

Numerosità: 11.596

E' il cluster degli agenti il cui committente è un grossista (per il 91% delle provvigioni), il numero medio di aziende rappresentate è due.

Gestiscono un portafoglio clienti medio (108), prevalentemente composto da clientela al dettaglio (57%).

Essendo agenti di una struttura distributiva non si rileva particolare presenza di personale né di spazi dedicati ad ufficio.

I consumi di carburante sono leggermente superiori alla media del settore relativamente a GPL e gasolio, mentre le spese di viaggio e di albergo sono inferiori.

Le tipologie merceologiche sono diverse, fra le altre si evidenzia la presenza di trasporti (15%), con particolare presenza di ricambi (meccanici, elettrici e per carrozzerie), elettrotecnica ed elettronica.

1.3 **DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO**

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*³.

La stima della “funzione di ricavo” è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di “normalità economica” nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della “funzione di ricavo”.

In particolare sono state escluse le imprese che presentano costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

- Resa oraria per addetto = $\text{ricavi}/(\text{numero addetti}^4 * 312 * 8)$

dove:

- Numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero (ditte individuali) dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione lavoro + numero collaboratori coordinati e

³ La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

⁴ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano prevalentemente lavoro nell'impresa + numero amministratori non soci

- numero addetti = (società) Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione lavoro + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano prevalentemente lavoro nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

- Resa del capitale = ricavi/valore dei beni strumentali.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per tutti i cluster è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile. Tale intervallo è valido solo per la resa oraria. Per la resa del capitale sono state selezionate le imprese che presentano un valore della resa del capitale al di sotto dell'estremo superiore del 18° ventile.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della “funzione di ricavo” per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della “funzione di ricavo” sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della “funzione di ricavo” si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l’eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell’intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nell’allegato 18.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL’UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l’*Analisi Discriminante*⁵;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell’allegato 18.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell’Analisi Discriminante.

⁵ L’Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 18.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO**SG61D**

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	0,9136	0,7935	0,9161	0,9237
Costo per la produzione di servizi	1,0550	1,2131	1,0144	1,0630
Spese per acquisti di servizi	1,0949	1,1923	1,0869	1,1351
Valore dei beni strumentali	0,6953	0,5528	1,1338	0,6434
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	8.994,5232	7.222,6544	-	7.095,9745
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,1460	0,9455	1,1079	0,9828
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	59.779,3788	40.189,2458	74.909,0536	57.832,4843
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	39.580,3781	27.765,3324	-	29.646,5390

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto	0,8101	1,0135	0,7184	0,7903
Costo per la produzione di servizi	1,2194	0,9269	1,2615	1,1126
Spese per acquisti di servizi	1,3602	1,0177	0,9271	1,0432
Valore dei beni strumentali	0,5996	0,3577	1,4735	0,5559
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	7.319,5446	9.611,6855	-	8.000,9938
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,5257	1,3446	0,9629	1,1141
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	39.941,4270	55.855,2466	65.447,9067	34.047,0018
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	35.676,2786	26.406,7436	67.397,0041	30.473,4722

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO**SG61D**

VARIABILI	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11
Costo del venduto	0,9696	0,8188	0,8655
Costo per la produzione di servizi	1,3813	1,0974	1,1871
Spese per acquisti di servizi	1,5909	1,0882	1,1908
Valore dei beni strumentali	0,1072	0,5815	0,5084
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	7.984,1271	8.825,0547	6.925,1631
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,7180	1,3553	1,3702
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	24.984,0761	65.973,8179	32.551,1450
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	24.733,2319	38.028,1260	33.224,3385

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

ALLEGATO 18.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro B:

- Potenza installata(Kw)
- Mq deposito destinati esclusivamente all'attività
- Mq esposizione destinati esclusivamente all'attività
- Mq ufficio uso promiscuo dell'abitazione

Quadro F:

- Esercizio promiscuo di attività di agente con commercio e/o concessione
- Volume delle provvigioni derivanti da piccola industria
- Volume delle provvigioni derivanti da artigiani
- Volume delle provvigioni derivanti da grossisti
- Volume delle provvigioni derivanti da agenti
- Volume delle provvigioni derivanti da servizi
- Tipologia della clientela: industria
- Tipologia della clientela: ingrosso
- Tipologia della clientela: iperdistribuzione
- Tipologia della clientela: media/grande distribuzione
- Tipologia della clientela: enti pubblici
- Tipologia della clientela: privati

Quadro G:

- Settore merceologico prevalente⁶
- Primo settore merceologico secondario⁷
- Secondo settore merceologico secondario⁸
- Terzo settore merceologico secondario⁹
- Spese per utenze telefoniche/fax
- Spese di viaggio
- Spese per alberghi e ristoranti
- Spese assicurative per la copertura del campionario
- Numero di giorni di partecipazione a fiere e mostre
- Spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza
- Numero venditori, viaggiatori, piazzisti
- Numero subagenti

Quadro I:

- Numero autovetture
- Numero altri automezzi
- Numero di computer
- Numero di server
- Numero di modem

^{6, 7, 8, 9} Indicare i codici della tabella allegata al questionario SG61, corrispondenti al settore merceologico trattato