

4. MODULO



4. Imprese

4.1 CHE COSA È UN'IMPRESA?

Un'impresa è un'attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni o servizi. A tal fine essa impiega fattori produttivi quali lavoro, capitale e terreno.

Per fare un esempio, si pensi ad un'impresa che paga un dipendente affinché questo trasformi del legno in una sedia che sarà, successivamente, venduta al cliente. Per il **Codice civile** è imprenditore chi esercita professionalmente un'attività economica organizzata per produrre o scambiare beni o servizi. È colui che utilizza i fattori della produzione organizzandoli, a proprio rischio: egli è, dunque, l'intermediario tra quanti offrono capitale e lavoro e quanti domandano **beni o servizi**. Prima di costituire un'impresa è opportuno chiedersi se il futuro imprenditore possiede "la stoffa giusta". Agli imprenditori di successo servono infatti alcuni **requisiti fondamentali** tra i quali conoscenze tecniche, doti personali e sostegno familiare.

Per ricavare denaro dalla propria attività, l'imprenditore deve essere capace di farla funzionare bene, cioè deve riuscire a produrre e vendere abbastanza da pagare i suoi dipendenti, i fornitori, le banche e anche se stesso, remunerando il proprio lavoro dentro l'impresa. Inoltre, deve garantire un ritorno economico sul capitale investito per avviare l'attività imprenditoriale.



Insomma, il proprietario di un'impresa edile ad esempio deve pagare non soltanto i suoi **dipendenti**, ma anche le spese dei macchinari, degli uffici (affitto, luce, ecc.), dei camion e delle materie prime come mattoni e cemento necessarie a produrre ciò che vende. Il suo contributo sarà in larga misura organizzativo e gestionale. L'imprenditore, così come il lavoratore autonomo, affronta dunque sia un rischio che un'opportunità: il rischio di subire delle perdite (e dunque ottenere un reddito negativo) ma anche la possibilità di ottenere un reddito molto più elevato di quello che avrebbe potuto guadagnare lavorando per altri.

La finalità primaria di un'impresa che opera in un'economia di mercato è quello di **realizzare un profitto**. Inoltre, l'impresa ha anche una responsabilità legale, vale a dire che non può impegnarsi in attività illegali e deve rispettare la legge, così come una responsabilità sociale per la società, come fornire posti di lavoro o impegnarsi in cause caritatevoli. Da un punto di vista finanziario, un'impresa deve perseguire diversi obiettivi tra cui: **liquidità** (capacità di un'impresa di adempiere in qualsiasi momento ai propri doveri di pagamento), **redditività** (rendimento che descrive il ricavo annuo totale di un investimento di capitale), indipendenza da terzi e sicurezza. Un fabbisogno finanziario non nasce solamente dall'avvio o

dall'espansione di un'impresa, bensì anche dalla crescita di domanda e fatturato. Una ripresa economica comporta un maggiore fabbisogno di capitale per il **prefinanziamento** dell'attività imprenditoriale. L'impiego di mezzi aziendali e di forza lavoro costa denaro che va anticipato dall'impresa. Chi inizia un'attività necessita di beni e strumenti per avviarla a conseguire ricavi: il ricorso al credito permette, per esempio, al carrozziere di prendere in locazione un locale adatto, acquistare strumenti e vernici per cominciare a riparare auto. L'aspettativa, ovviamente, è che i futuri ricavi siano in grado di coprire tutte le spese, comprese le rate per la restituzione periodica del **credito** ottenuto, consentendo anche un margine di guadagno.

Accedere al credito è un'opportunità preziosa, ma utilizzarlo consapevolmente è essenziale perché si tratta di un'operazione che condiziona il nostro futuro, comportando obblighi e costi e chiedendoci di essere capaci di **programmare le nostre spese** in un orizzonte temporale anche molto lungo. Ricevere credito significa alterare i propri flussi di cassa: si riceve il denaro necessario ad anticipare un acquisto e ci si impegna a mantenere una spesa costante nei mesi o negli anni (anche molti) futuri: a un'**entrata immediata** corrisponde un **piano di uscite future**.

4.2 CAPITALE PROPRIO E CAPITALE DI TERZI

Ogni finanziamento in impresa deriva o da capitale proprio o da capitale di terzi. L'attivo di bilancio elenca l'impiego dei mezzi e indica per cosa è utilizzato il capitale. Il passivo invece fornisce indicazioni sulla provenienza dei mezzi finanziari ed è suddiviso nelle due categorie capitale proprio e capitale di terzi. Un imprenditore può finanziarsi attraverso fonti finanziarie interne (capitale proprio) o fonti finanziarie esterne (capitale di terzi o di credito).

I finanziamenti con capitale proprio provengono dall'imprenditore stesso: sono cioè conferiti (ovvero versati) direttamente dal titolare o dai titolari all'atto della costituzione e/o in momenti successivi (aumenti di capitale proprio). La mancanza di capitale proprio rende senz'altro più difficile la realizzazione del progetto ma non deve indurre ad abbandonare l'idea al primo ostacolo. Se il capitale proprio di

cui si dispone non fosse sufficiente per realizzare il progetto, un'alternativa potrebbe trovarsi nella partecipazione di soci. Infatti, è meglio dividere gli utili, che rinunciare a fondare un'impresa per insufficiente liquidità.

I finanziamenti con capitale di terzi provengono invece da soggetti estranei all'impresa: si tratta di prestiti concessi da banche, società finanziarie in senso lato o privati. Ci sono diverse forme di finanziamento da parte di terzi. Generalmente si opera una distinzione tra prestiti a breve e lunga scadenza. Le spese derivanti dall'accensione di un prestito non sono costituite solamente dagli interessi. Per darne una valutazione corretta è opportuno informarsi sui tassi di interesse applicati, sulla decorrenza del prestito, sul numero delle rate ma anche sulla loro scadenza. Di seguito alcuni esempi di capitale di terzi:

PRESTITO D'INVESTIMENTO O MUTUO

Tra i finanziamenti esterni, il più conosciuto a lungo termine, erogato da istituti di credito dietro prestazione di idonee garanzie. Il rimborso avviene in genere mediante pagamento di rate periodiche, comprensive sia del rimborso di una quota capitale che degli interessi maturati.

CREDITO IN CONTO CORRENTE

Sul conto vengono accreditati assegni, si eseguono bonifici, ordini permanenti, ecc. A causa degli elevati costi (interessi, spese, competenze), questo credito dovrebbe essere utilizzato soltanto quale strumento di finanziamento a brevissimo termine.

LEASING

Si tratta di un'alternativa nella quale si concedono in locazione beni di investimento che dopo un determinato periodo possono essere acquisiti ad un prezzo di riscatto. Questo però significa anche che il bene appartiene ad un terzo soggetto e che nel caso di "mancato pagamento" chi ha concesso il leasing può rientrarne in possesso.

ESERCIZIO: FINANZIAMENTI

In tutto il corso della vita di un'impresa (avvio, sviluppo, consolidamento ecc.), un imprenditore ha bisogno di capitale. Qui sono elencate alcune motivazioni per cui un imprenditore potrebbe avere bisogno di soldi:

- nuovo business (startup, avvio di impresa),
- investimenti fissi (impianti, immobili), sviluppo e marketing

Te ne vengono in mente altre?

4.3 IL PREZZO DI UN BENE

Ma come si determina il prezzo di un bene o di servizio? Nella formazione di un prezzo entrano in gioco molti fattori.

Una componente importante è la legge economica della **domanda e dell'offerta**: ogni bene o servizio è scambiato in un "mercato" dove si incontrano in ogni momento quelli che lo desiderano (i consumatori rappresentati da privati/famiglie che rappresentano la domanda) e quelli che lo offrono (imprese). I primi comprano più volentieri e in quantità maggiori se il prezzo è basso; l'offerta invece è maggiore via via che i prezzi si alzano, perché a prezzi più elevati un numero più alto di produttori troverà conveniente offrire quel bene. Il prezzo di ogni bene è quello che porta in equilibrio la quantità domandata e quella offerta.

Il costo del prodotto che deve sostenere un imprenditore è normalmente la principale variabile che influenza la determinazione del prezzo, ma non l'unica: **qualità, concorrenza, luogo e condizioni del mercato** sono gli altri aspetti che determinano il prezzo.

Il margine, ossia la differenza, tra il prezzo di mercato e il costo di produzione di ciascuna unità di un bene o servizio, è detto **mark up**, che di solito è maggiore quanto è minore il numero di venditori che costituiscono l'offerta di mercato. Non a caso il mark up aumenta quanto più un prodotto viene differenziato da quelli simili: si pensi ad esempio al ruolo del marchio nell'abbigliamento.

Il prezzo risente anche della lunghezza della catena di distribuzione. La **differenza di prezzo** tra un bene all'ingrosso e lo stesso bene venduto al dettaglio è rappresentata dal fatto che il dettagliante dovrà vendere il bene a un prezzo superiore rispetto a quello sostenuto per rifornire il proprio magazzino.

Applicherà un **marginale di ricarico** perché è proprio con quello che può pagare i propri costi di esercizio, ovvero pagare se stesso, eventuali dipendenti e i costi fissi come l'affitto del negozio, i costi di funzionamento, le imposte. Il vantaggio in termini di prezzo del grossista è dovuto anche alle economie di scala.

Per **economia di scala** si intende una riduzione nel costo di produzione che si può raggiungere soprattutto grazie all'aumento delle dimensioni delle strutture di produzione. In altre parole: maggiore è la quantità di elementi prodotti, minore è il costo di realizzazione. In alcuni casi il prezzo del bene ci dà un'informazione sul suo valore: materie prime, tempo di lavoro, tecnologia e competenza necessari a produrlo. In altri è meno facile trovare una corrispondenza tra prezzo e valore: ad esempio, i beni possono avere un prezzo alto perché, per moda o per pubblicità, hanno acquistato un'immagine, ovvero si costituiscono come segnali verso gli altri di posizione sociale. Si parla in questo caso di **beni posizionali**. La qualità di un bene, in altre parole, non è sempre assicurata dal suo prezzo.

ESERCIZIO: ACQUISTI

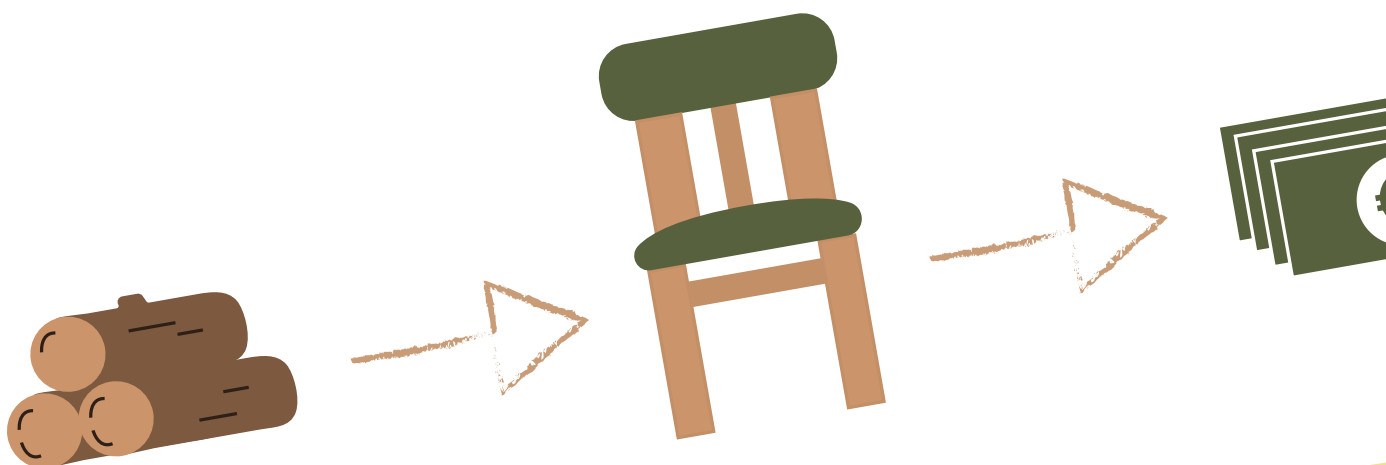
Ti sarà capitato di trovare un oggetto in un negozio, ma poi di averlo visto anche su Internet ad un prezzo minore. Come si può risolvere questo mistero? Elenca quali sono le spese che deve affrontare un imprenditore in un negozio reale e quali le spese che deve affrontare quando svolge un'attività di e-commerce: scoprirai che, molto probabilmente, l'imprenditore sotto casa deve sostenere spese più alte (sapete elencare quali?). Cosa potrebbe importare al consumatore se può risparmiare? Tuttavia, sulla nostra valutazione possono incidere anche altri fattori. Nel secondo elenco indica i possibili vantaggi degli acquisti in un negozio sotto casa: la competenza di chi vi assiste, la possibilità di cambiare la merce facilmente se c'è qualche problema, l'assistenza se ce n'è bisogno e così via... Che prezzo possono avere queste cose? Valgono quanto pensate di pagarle?

4.4. APPROFONDIMENTO AZIONI FINANZIARIE

Come già detto, se il capitale proprio di cui si dispone non fosse sufficiente per realizzare il progetto, un'alternativa potrebbe trovarsi nella partecipazione di soci. Infatti è meglio dividere gli utili, che rinunciare a fondare un'impresa per insufficiente liquidità.

Questa possibilità vale per le Società per Azioni (S.p.A.): questo tipo di imprese infatti possono emettere azioni, titoli che rappresentano una quota di proprietà di una società. In questo caso distribuiranno a coloro che ne acquistano le azioni dei redditi da capitale sotto forma di dividendi o consentiranno di conseguire guadagni in conto capitale.

Immaginiamo che Marco abbia un'idea molto promettente: ha inventato e vuole produrre una barretta energetica con frutta e verdura locale che è buona, fa bene e non fa ingrassare. Decide di chiedere ad altre persone di mettere dei soldi in quell'impresa e diventare, così, **azionisti**. Se le cose andranno bene, ciascun azionista parteciperà agli utili: i profitti non andranno solo a Marco, che ha avuto l'idea e che porta avanti l'impresa, ma verranno spartiti secondo quote, ovvero ogni azionista riceverà una quota dei profitti in base al numero di azioni che ha acquistato. Così, se qualcuno possiede il 10% delle azioni, prenderà il 10% dei profitti dell'impresa alla fine di ogni anno. Queste somme distribuite agli azionisti prendono il nome di **dividendi**. Quando un azionista vende le sue azioni, cioè decide di ritirarsi dall'affare del nuovo snack, può succedere che si trovi a venderle a un prezzo maggiore di quello a cui le aveva acquistate. In questo caso ottiene un reddito sotto forma di guadagno in conto **capitale**.



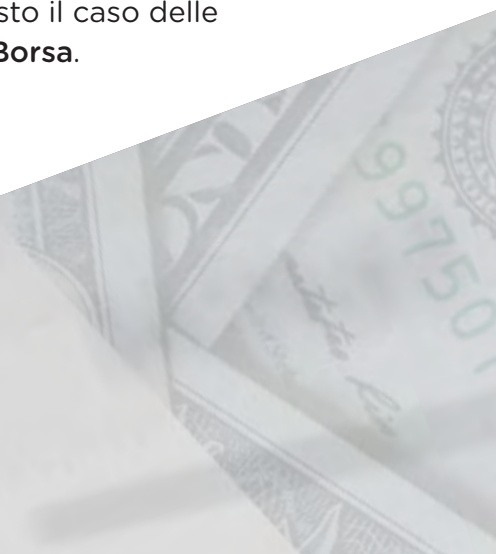
Giorgia ha sentito dire dell'affare della nuova barretta energetica. Decide di **investire** così i suoi risparmi.

Compra 100 azioni per un valore di 1.000€, cioè paga ogni azione 1.000/100 = 10€. Le hanno detto che corrispondono all'1% delle azioni complessivamente vendute. Ciò vuol dire che il finanziamento iniziale dell'impresa è stato cento volte la quota che ha messo Giorgia, ovvero: $1.000 \times 100 = 100.000\text{€}$. Questo è il capitale raccolto per l'impresa. Alla fine dell'anno l'impresa annuncia che lo snack ha avuto un enorme successo. La produzione è costata complessivamente 100.000€ e i ricavi sono stati pari a 110.000€. I 10.000€ di differenza corrispondono ai profitti, che vengono ripartiti tra tutti gli azionisti. A Giorgia, che ha **l'1% delle azioni**, spetta l'1% dei profitti, e così Giorgia avrà un dividendo di $10.000 \times 0,01 = 100\text{€}$.

Un giorno Giorgia decide di **comprare uno scooter** e perciò ha bisogno dei soldi che ha investito in azioni. Decide così di venderle e scopre che ogni azione, adesso, ha un prezzo maggiore dei 10€ che ha pagato all'inizio, perché si è sparsa la voce che l'affare è ottimo e molti vogliono comprarle, anche perché, visto il successo dello snack, si attendono dall'impresa buoni redditi anche in futuro.

Così, può chiedere un prezzo più alto. Le azioni adesso valgono 11€ ciascuna, così Giorgia, vendendo le 100 azioni, ricava 1.100€: non solo riprende la somma che aveva investito all'inizio, ma ottiene anche un guadagno in **conto capitale!** Così per il suo motorino potrà avere a disposizione più dei 1.000€ che aveva all'inizio, e in più, se non li ha spesi, ha anche i 100 € ricevuti sotto forma di dividendi.

È importante sottolineare che nell'esempio appena fatto va considerato che Giorgia, finanziando l'impresa della nuova barretta energetica, ha assunto un **rischio**. Se Marco avesse sbagliato i suoi calcoli sui costi necessari alla produzione, o anche se la barretta non fosse piaciuta sul mercato e non avesse venduto abbastanza da coprire i costi, l'impresa avrebbe avuto una **perdita** e non dei profitti. In questo caso non solo non ci sarebbero stati dividendi, ma gli azionisti avrebbero forse cercato di vendere le proprie azioni, facendone scendere il prezzo. In questo caso Giorgia avrebbe perso una parte dei suoi 1.000€ (perdite in conto capitale). I titolari di azioni possono sempre decidere di venderle. La vendita però è più facile se esiste un mercato: è questo il caso delle **azioni quotate in Borsa**.



ESERCIZIO: CREAZIONE DI UN'IMPRESA

Immagina di avviare un'impresa. Pensa quindi a quali prodotti e/o servizi vorresti offrire. Prova a realizzare un progetto di impresa che includa i seguenti punti:

PRIMA PARTE

Descrivi sinteticamente l'idea d'impresa e come essa è nata e si è sviluppata; fai riferimento a fattori di tipo soggettivo: deve evidenziare, cioè, le caratteristiche personali (attitudini, aspirazioni, motivazioni) e professionali (studi effettuati, esperienze lavorative, competenze tecniche ecc.) del soggetto o dei soggetti promotori. La credibilità dell'aspirante imprenditore è estremamente importante: perciò il progetto d'impresa deve fornire, nella sua prima parte, un profilo significativo dei titolari. Devi mettere in evidenza quelle qualità personali che possono costituire veri e propri «assi nella manica» per il successo dell'iniziativa: know-how, attitudini di leadership, doti organizzative e di creatività, capacità di lavorare in gruppo, di trattare con le persone, ecc.

SECONDA PARTE

Fai riferimento a fattori di tipo oggettivo e precisa la fattibilità tecnica e operativa del progetto. Descrivi in dettaglio:

- il prodotto o il servizio
- gli strumenti produttivi (tecnologie, impianti, macchinari ecc.) e il processo di produzione dei beni o di erogazione dei servizi;
- l'ambiente in cui pensi di operare (concorrenti, fornitori, intermediari commerciali, ecc.) e il mercato in cui pensi di vendere (clienti);
- la struttura aziendale (forma giuridica, numero addetti, organizzazione, localizzazione ecc.);
- le risorse finanziarie previste per gli investimenti (risorse proprie, eventuali provvidenze agevolative, eventuali finanziamenti bancari o di investitori esterni, ecc.);
- gli utili previsti e a partire da quando.