



Unione europea
Fondo sociale europeo

Regione Emilia-Romagna

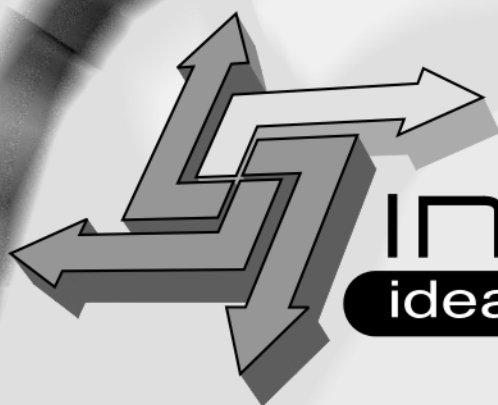
Assessorato al Lavoro, Formazione, Scuola, Università



PROVINCIA
DI RIMINI



MINISTERO DEL LAVORO
E DELLE POLITICHE SOCIALI
Dipartimento per le politiche del lavoro
e dell'occupazione e tutela dei lavoratori
Ufficio Centrale OPL



INCIPIT
idea d'impresa

Guida all'Analisi della Redditività per Micro Imprese Commerciali al Dettaglio

Progetto integrato "INCIPIT 2004: sostegno all'avvio di impresa"
PROGETTO FSE 2004 Ob. 3 Asse D3 N. 2004-0063/Rn e 2004-0064/Rn
approvato dalla Provincia di Rimini con Determina Dirigenziale
N. 77 del 04/06/2004 e co-finanziato dal Fondo Sociale Europeo



CESCOT

Per informazioni:

CESCOT - Via Clementini n. 31 Rimini - tel. 0541.22232 - Fax 0541.22260
e-mail: cescot@cescot-rimini.com - <http://www.cescot-rimini.com>

Responsabile del progetto:

Licia Piraccini

Testi e sviluppo software:

Rossella Lama

Stefano Favallési

Impaginazione testi:

MM Studio – Rimini

Rimini, Dicembre 2004

INDICE

Premessa	5
1 - INTRODUZIONE ALL'ANALISI DELLA REDDITIVITÀ DELL'IMPRESA	7
Il concetto di redditività (o economicità) di una attività di impresa	7
2 - COME USARE QUESTA GUIDA E IL CD	11
3 - GLOSSARIO: ELENCO DELLE VOCI UTILI A COMPIERE L'ANALISI DELLA REDDITIVITÀ	7
4 - GUIDA ALLA COMPILAZIONE DEL SOFTWARE	50
4.1 - Cartella di lavoro: "Costi fissi"	52
4.2 - Cartella di lavoro: "Calcolo Prezzi e Margini 1"	55
4.3 - Cartella di lavoro: "Calcolo Prezzi e Margini 1" (2,3,4 e 5)	58
4.4 - Cartella di lavoro: "Conto economico e Bep"	59

PREMESSA

La nostra società, da molti definita della 'turbolenza', impone a tutti un imperativo costante: il cambiamento. Un cambiamento necessario per difendere le proprie posizioni nella vita e nel lavoro ma anche per migliorarsi e adeguare le proprie modalità al nuovo che avanza.

Vi sono, poi, nel contesto sociale, strutture e persone più esposte a queste dinamiche o, meglio, persone che hanno il compito delicato di assumere il cambiamento non solo come dato di fatto ma anche come elemento di analisi e valutazione per trarre da esso spunti e indicazioni da trasformare in supporti e strumenti per chi è più impegnato nell'operatività quotidiana. Un centro di formazione professionale è sicuramente un concentrato di questi 'condannati' al cambiamento e ancor di più se questa struttura è espressione di un'associazione imprenditoriale; di un soggetto, cioè, che raccoglie, tutela e rappresenta soggetti abituati, appunto, a intraprendere, a 'navigare nel mare procelloso' che la società sta attraversando.

Il Cescot di Rimini ha preso coscienza di questo dato già da alcuni anni e per questo motivo ha affiancato, alla tradizionale attività corsuale, la ricerca e la realizzazione di aiuti concreti per chi si avvicina alla creazione d'impresa nei settori del commercio, del turismo e dei servizi.

Il progetto INCIPIT è una esemplificazione concreta di questo ragionamento, sia nella sua prima edizione, con la pubblicazione della guida e la realizzazione dei percorsi di formazione/ consulenza realizzati, sia in questa seconda edizione che arriva a diffondere un altro prezioso prodotto come questa guida all'analisi e verifica della redditività dell'impresa. E' un altro tassello di quell'ideale kit per l'imprenditore che, almeno nelle intenzioni di chi lo ha pensato e intende promuoverlo, potrebbe contribuire a diminuire il rischio d'impresa. I fatti, come sempre, ci daranno la misura della qualità delle intenzioni e i suggerimenti per le necessarie modifiche.

Anche questo strumento è stato realizzato grazie al finanziamento della Provincia di Rimini, come sempre sensibile alle tematiche che riguardano il supporto operativo alla piccola impresa, e del Fondo Sociale Europeo.

Il direttore del Cescot
Giuseppe Gnoli



1 - Introduzione all'analisi della redditività dell'impresa

IL CONCETTO DI REDDITIVITÀ (O ECONOMICITÀ) DI UNA ATTIVITÀ DI IMPRESA

L'attività di ogni impresa è caratterizzata da due aspetti fondamentali: l'aspetto economico e quello finanziario. Per **aspetto finanziario** si intende tutto ciò che presiede agli strumenti finanziari che le imprese utilizzano, quindi ci si riferisce agli incassi ed ai pagamenti, ai crediti ed ai debiti, ai finanziamenti bancari e/o dei soci, etc. Occuparsi dell'aspetto finanziario di una impresa significa, quindi, scegliere ed utilizzare al meglio gli strumenti finanziari sopra definiti.

Con **aspetto economico** invece si fa riferimento sostanzialmente ai costi ed ai ricavi derivanti dall'attività di impresa. Come noto infatti è proprio la dinamica dei costi e dei ricavi che produce il guadagno (redditività) o meno di una impresa, secondo il seguente semplice schema:

$$\text{RICAVI} > \text{COSTI} = \text{GUADAGNO (o Utile)}$$

$$\text{RICAVI} = \text{COSTI} = \text{PAREGGIO ECONOMICO}$$

$$\text{RICAVI} < \text{COSTI} = \text{PERDITA}$$

Quindi analizzare la redditività di una impresa significa calcolare al meglio i costi ed i ricavi della stessa al fine calcolarne il risultato economico (guadagno, pareggio o perdita) e comprendere le motivazioni di tale risultato.

Noi ci occuperemo esclusivamente della redditività dell'impresa senza tenere conto delle variabili finanziarie: infatti obiettivo della guida è proprio quello di analizzare o prevenire la redditività (differenza tra costi e ricavi).

I **costi** sono sostanzialmente la quantificazione economica dei fattori produttivi impiegati nell'impresa: l'affitto della sede, l'acquisto delle materie prime o dei prodotti da vendere, il lavoro dipendente o meno utilizzato, le utenze, le consulenze, le imposte, le attrezzature necessarie per produrre, etc., costituiscono tutti esempi di costi dell'impresa. Con il termine **ricavi** si fa invece riferimento al

corrispettivo (prezzo) che i clienti pagano all'impresa per l'acquisto dei prodotti (o dei servizi) che essa fornisce.

Per affrontare quindi il tema della redditività aziendale, occorre prima di tutto capire le caratteristiche dei costi, determinarli con la maggior precisione possibile, per poi procedere alla determinazione dei prezzi di vendita (ricavi) dei prodotti o dei servizi offerti: tutto ciò al fine di determinare prezzi di vendita che consentano di rispettare la condizione di base della redditività, cioè che i Ricavi siano maggiori dei Costi.

Occorrerà pertanto determinare di quali **investimenti** è necessario dotare l'impresa per consentirle di operare, ma non solo: si dovrà anche prevedere/stimare per quanti anni ogni investimento sarà utilizzabile prima che diventi troppo vecchio, consumato, tecnologicamente superato e quindi sarà necessario sostituirlo. In altre parole occorrerà calcolarne l'**ammortamento**, cioè il costo annuo di un investimento che l'impresa potrà utilizzare per diversi anni.

Ogni attività di impresa necessita poi di sostenere alcuni costi in modo ripetitivo ogni anno: è il caso, ad esempio, dell'affitto della sede, delle varie utenze (telefono, corrente elettrica, etc), delle prestazioni lavorative del personale dipendente o dei collaboratori (costo del lavoro), etc. Queste tipologie di costi sono normalmente definiti "**costi fissi**", in quanto normalmente non subiscono variazioni significative al crescere o al diminuire delle quantità di prodotto venduto ai clienti. Sarà pertanto necessario prevedere in maniera adeguata i costi fissi dell'attività.

Per quanto riguarda il **costo del lavoro** occorre fare la seguente considerazione: le piccole o le micro imprese sono in genere caratterizzate dal fatto che l'imprenditore (o la compagine imprenditoriale nel caso di una società) svolge tutte le funzioni aziendali da solo senza l'ausilio di collaboratori (dipendenti o meno): sono questi i casi della ditta individuale, dell'impresa familiare o delle società, che operano basandosi esclusivamente sulle risorse umane rappresentate dal titolare (e dai suoi familiari) o dai soci, senza avvalersi dell'opera di altro personale remunerato. In questi casi sembrerebbe che tali imprese non abbiano nessun "costo del lavoro". In realtà non è così, in quanto anche queste imprese per operare utilizzano il lavoro di qualcuno (il titolare, i familiari o i soci) e questo lavoro svolto all'interno dell'attività imprenditoriale deve trovare una adeguata remunerazione. Ecco perché dopo aver determinato gli investimenti (e i loro relativi ammortamenti), e i costi fissi, occorre procedere alla determinazione del costo del lavoro, anche nell'ipotesi di assenza totale di dipendenti e collaboratori.

Questa remunerazione, determinata secondo i criteri indicati nel rispettivo paragrafo di questo glossario, è in genere denominata costo (figurativo) del lavoro imprenditoriale.

A questo punto diventa necessario considerare, nelle imprese commerciali, il **costo di acquisto dei prodotti commercializzati e il loro prezzo di vendita (ricavo)**: è evidente infatti che ogni prodotto venduto ai clienti deve avere un prezzo di vendita (ricavo) maggiore del relativo costo di acquisto pagato al fornitore: questo concetto, per quanto banale, è alla base della redditività di ogni impresa.

In realtà l'applicazione pratica di questo concetto risulta un po' meno banale, principalmente per i seguenti motivi:

- Ogni prodotto commercializzato ha il suo rapporto tra costo di acquisto e prezzo di vendita: alcuni prodotti possono essere venduti ad un prezzo di vendita molto o significativamente più alto del costo di acquisto, mentre altri prodotti vengono necessariamente venduti ad un valore di poco superiore a quello di acquisto
- Nessun imprenditore è del tutto libero di decidere i prezzi di vendita dei propri prodotti, in quanto se stabilisse dei prezzi troppo alti, i clienti non acquisterebbero i prodotti. In altre parole nello stabilire i prezzi non si può utilizzare solo la calcolatrice, ma è necessario fare molta attenzione anche ai prezzi praticati dalla concorrenza per lo stesso prodotto (cioè occorre stare attenti a non superare troppo il prezzo di mercato dei prodotti)
- Nel caso del commercio al dettaglio inoltre, il prezzo a cui il cliente acquista il prodotto è comprensivo dell'Iva (in genere il 20%): quindi se un prodotto viene venduto a 120 Euro, l'imprenditore incasserà solo 100 Euro da quella vendita in quanto i restanti 20 Euro rappresentano l'Iva che verrà versata allo Stato.

Come più dettagliatamente illustrato nella Guida, determinare il prezzo di vendita dei prodotti significa stabilire una **percentuale o un moltiplicatore di ricarico** da **applicare al costo di acquisto per calcolare il prezzo di vendita**. Ad esempio se un prodotto costa all'imprenditore 100 Euro e lo si vuole vendere a 170 Euro, tale prezzo di vendita deriva dall'applicare al costo (100) una percentuale del 50% (infatti il 50% di 100 è 50 da cui deriva che $100 \text{ (costo)} + 50 \text{ (} 100 \times 50\% \text{)} = 150$ (prezzo di vendita); allo stesso risultato si perviene moltiplicando $100 \times 1,5 = 150$.

Percentuale o moltiplicatore vengono definiti "**il ricarico**", cioè di quanto aumentare il costo di acquisto del prodotto per determinarne il prezzo di vendita.

Questa introduzione non ha la pretesa di essere esaustiva dei vari concetti che presiedono all'analisi della redditività aziendale, per una miglior comprensione dei quali si rimanda ai singoli paragrafi della Guida, ma vuole solo essere una prima illustrazione della dinamica economica delle imprese commerciali al dettaglio; inoltre illustra il percorso logico che ci si appresta ad effettuare compilando il software (che troverete nel CD allegato) per l'analisi della redditività per micro imprese commerciali al dettaglio.



2 - Come usare questa Guida e il CD

La “Guida per l’analisi della redditività per micro imprese commerciali al dettaglio”, può costituire uno strumento di analisi e verifica estremamente utile sia nel caso di imprese commerciali al dettaglio in fase di preparazione e pianificazione dell’attività, sia nel caso di imprese già esistenti ed operanti: infatti nel primo caso lo strumento consente di verificare a priori (cioè prima di iniziare l’attività di impresa) la redditività al fine di valutare la convenienza economica del progetto d’impresa; nel caso di imprese già operanti consente analogamente di effettuare una verifica ed una analisi della loro redditività al fine di comprenderne i motivi e quindi cercare di migliorarla.

La Guida è costituita dai seguenti elementi:

- Il software vero e proprio realizzato con il programma “Excel” di Microsoft contenuto nel CD allegato
- Il glossario dei termini e dei concetti utilizzati nel software
- La guida alla compilazione del software.

Si consiglia di utilizzare lo strumento seguendo la guida alla compilazione.

Prima di procedere all’utilizzo del software è consigliabile leggere il glossario al fine di comprendere il significato dei termini e dei dati di cui il programma richiede l’inserimento. Il glossario contiene la raccolta e la spiegazione delle voci economiche proprie dell’analisi della redditività, dei termini tecnici e dei concetti utilizzati nel software realizzato per compiere i calcoli.

La Guida intende favorire la comprensione e l’applicazione di strumenti per la determinazione della redditività dell’impresa e va utilizzata preferibilmente con il supporto specialistico di esperti, durante attività formative oppure consulenze presso “sportelli” dedicati allo sviluppo dell’imprenditoria (Associazioni di Categoria e Centri per l’Impiego).

E' caratterizzata da:

- semplicità d'uso, sia per la declinazione semplificata dei concetti, sia per gli automatismi di calcolo introdotti nei fogli di lavoro
- adattabilità, perché rivolto ad attività diverse ed appartenenti al settore del commercio
- fruibilità, perché utilizza un linguaggio economico, i cui concetti e contenuti sono illustrati con semplicità e chiarezza.

Integra i contenuti della “Guida all'avvio di impresa” che illustra i passi da compiere per l'avvio di impresa e la normativa da rispettare, precedentemente realizzata dal Cescot.



3 - GLOSSARIO: Elenco delle voci utili a compiere l'analisi della redditività

Di seguito troverai elencati i termini tecnici che incontrerai usando il programma in Excel per il calcolo della redditività della tua impresa, o idea di impresa, commerciale. Ogni definizione potrà aiutarti ad individuare meglio i dati relativi alla tua attività.

Basta cliccare su una lettera per avere l'elenco delle relative definizioni. Per tornare ad inizio elenco, clicca sulla freccia posta alla fine di ogni definizione.

[A](#) [B](#) [C](#) [D](#) [E](#) [I](#) [M](#) [P](#) [Q](#) [R](#) [S](#)

A

ALTRI CANALI DI VENDITA

Altri soggetti, siano essi persone, organizzazioni, intermediari commerciali che provvedono al passaggio dei beni dal tuo Punto Vendita al consumatore. Possiamo citare a titolo di esempio:

- gli *stocchisti* acquistano quasi sempre in blocco campionari e rimanenze da aziende, negozi che chiudono, grossisti, importatori e li rivendono nei loro negozi, detti all'americana 'stock house'. Sono interessati a recuperare fine collezioni di marche o griffe che non hanno un loro spaccio aperto al pubblico, oppure lo hanno in zone dove per il cliente è difficile e oneroso raggiungere le stesse aziende produttrici.
- i *neo-bazaar*, ricordano le catene americane "One dollar". Si stanno diffondendo in Italia, specie al nord. Si tratta di punti vendita bazareschi, stracolmi di mercanzia, di stock o importata, più accattivante e curiosa che di qualità, comunque utile e offerta a prezzi stracciati. Spesso questi negozi scelgono la politica del monoprezzo: reparto tutto a 10 Euro, reparto tutto a 5 Euro, etc.
- i *discount*. Ne sono nati ovunque, definiti anche impropriamente coi termini spacci o stocchisti: in verità sono più che altro negozi con ampia superficie dove trovare sottomarche o articoli genere bancarella, talvolta pure di produzione propria, a prezzi da mercato rationale.

Bisogna tenere in considerazione il variare del prezzo di vendita dei propri prodotti attraverso i diversi canali: occorre infatti prevedere, per alcune categorie di prodotti o settori merceologici, che accanto alla tipologia di acquisti per i quali non si ricaverà alcun prezzo di vendita (vedi "invenduto") potrebbero esserci fonti di ricavi - seppur minimali - derivanti dalla vendita, in tutto o in parte, dei prodotti rimasti invenduti a stocchisti o altri canali, in genere a prezzi di vendita inferiori al costo unitario di acquisto.

AMMORTAMENTO

Con ammortamento si intende il costo annuale dell'utilizzo nell'attività, di un investimento, cioè di un bene pluriennale.

Se ad esempio si acquista un registratore di cassa ad un prezzo di 1.800 Euro e lo si utilizza per lavorare per sei anni, normalmente si dice che l'ammortamento di questo registratore di cassa è di 300 Euro per ogni anno (1.800 diviso 6): cioè si considera tra i costi annuali dell'attività 300 Euro relativi all'utilizzo per ogni anno del registratore di cassa che è costato 1.800 Euro in unica soluzione all'inizio del primo anno.

COME SI DETERMINA L'AMMORTAMENTO ANNUO. Poiché gli ammortamenti riguardano quindi gli investimenti, siano essi reali che figurativi (vedi voce: Investimenti): gli ammortamenti sono costi reali quando derivano dalla ripartizione in un certo numero di anni di un investimento reale, figurativi quando sono relativi a tali investimenti. Se non si procedesse al calcolo dell'ammortamento per ogni investimento effettuato, l'attività presenterebbe costi molto alti nell'anno in cui vengono effettuati gli investimenti, e costi molto bassi negli anni in cui non è necessario investire in fattori produttivi pluriennali, compromettendo una analisi adeguata della redditività.

Per ogni investimento, **l'ammortamento corretto si determina** individuando gli anni di utilizzo del bene (o meglio di presumibile utilizzo, visto che si tratta di una stima da effettuarsi al momento dell'acquisto) e dividendo poi il costo di acquisto dell'investimento per tale numero di anni.

In questo modo si determinano gli ammortamenti gestionali dell'attività, che non necessariamente coincidono con quelli "fiscali": infatti la normativa fiscale attribuisce ad ogni bene per legge un certo numero di anni di ammortamento; tale attribuzione è finalizzata al calcolo corretto dei vari imponibili al fine di determinare le imposte.

Quello che invece interessa per l'analisi della redditività è una stima reale del numero di anni di utilizzo del bene, che dipende da settore a settore e da bene a bene.

ANNI DI UTILIZZO DEGLI INVESTIMENTI

E' il numero di anni in cui un singolo investimento viene utilizzato nell'attività lavorativa. Se ad esempio si acquista un registratore di cassa e lo si utilizza per lavorare per sei anni, normalmente si dice che gli anni di utilizzo di questo registratore di cassa nell'attività lavorativa sono 6. Si tratta ovviamente di **operare una stima, cioè una previsione**, da effettuarsi al momento in cui si compra il bene, necessaria per determinare il costo annuale dell'investimento e l'anno di probabile sostituzione, quindi di riacquisto del bene se sarà ancora un bene utile allo svolgimento dell'attività.

Nel determinare il numero di anni di utilizzo di ogni investimento, occorrerà tenere conto di vari aspetti che evidentemente influenzano la stima, cioè dei **criteri di stima**:

- il deperimento fisico naturale cui vanno soggetti i beni,
- il grado di usura cui saranno sottoposti dall'utilizzo nell'attività lavorativa,
- l'evoluzione tecnologica che renderà necessario a un certo punto sostituire il bene anche se ancora funzionante in quanto totalmente superato da beni di più recente commercializzazione,
- aspetti commerciali e di immagine che renderanno necessario dotarsi di beni diversi che comunicano ai clienti più efficienza e qualità del proprio lavoro,
- nonché aspetti settoriali, ossia le prassi e gli usi di altre imprese del settore.

Il numero di anni che deciderete di applicare sarà stimato mediando tutti questi aspetti.

Alla voce "Investimenti" troverete **un esempio** dove sono indicati, a titolo esemplificativo e non esaustivo, una serie di voci di investimenti, materiali ed immateriali, con importi puramente di "fantasia", l'indicazione della stima del numero di anni di utilizzo, quindi l'importo dell'ammortamento annuo e l'indicazione del probabile anno di sostituzione.

ATTIVITÀ DIRETTE E ATTIVITÀ INDIRETTE

Con questi termini, nel programma per il calcolo della redditività, facciamo riferimento alle attività svolte dal titolare o dalla compagine imprenditoriale. Il **foglio di calcolo** relativo si chiama "Costo del lavoro" ed è contenuto nella cartella "Costi fissi" (si veda anche la "Guida alla compilazione"). Nel caso di compagine imprenditoriale, il calcolo va poi fatto per ogni singolo/a socio/a.

ATTIVITÀ DIRETTE. Con questa definizione ci si riferisce al tempo che il/i titolare/i di una attività commerciale dedica alla gestione caratteristica della propria attività. Ad esempio per un Punto Vendita le attività dirette sono quelle relative al tempo necessario per gestire il ciclo degli acquisti e vendite dei prodotti commercializzati e per gestire gli eventuali servizi accessori.

A titolo esemplificativo e non esaustivo **la determinazione, il calcolo del monte ore dedicate alle attività dirette** dovrà considerare: le ore di apertura al pubblico, l'allestimento della vetrina e del Punto Vendita, le ore di pulizia se svolte dal/ dai titolare/i, la gestione dell'eventuale magazzino e delle scorte, l'assortimento e riassortimento, le ore dedicate alla vendita ed al servizio al cliente, la gestione del cliente, anche in termini di consulenza, assistenza ed altre attività di servizio.

In alternativa al precedente metodo si possono prima stimare le ore annue indirette necessarie (ad esempio 500), poi si determina un numero annuo massimo di ore annue dedicabili al lavoro (ad esempio 2.000) e per differenza si individuano le ore annue massime dedicabili all'attività diretta di produzione ed erogazione dei prodotti/servizi ($2.000 - 500 = 1.500$).

ATTIVITÀ INDIRETTE. Ci si riferisce al tempo che il/i titolare/i di una attività commerciale dedica a tutte quelle attività che è necessario svolgere, diverse da quelle dirette, cioè che non sono direttamente connesse con il ciclo di acquisto e vendita, anche se servono indirettamente a questo fine. Si distinguono principalmente in (elenco esemplificativo e non esaustivo):

1. **Attività di promozione e marketing:** includono tutte quelle attività che vengono svolte per fidelizzare clienti acquisiti e per cercare nuovi clienti, pubblicizzare la propria attività (specie se in fase di start up), intrattenere pubbliche relazioni, partecipare a fiere, mostre ed eventi di settore, etc
2. **Attività amministrativa:** include il controllo di gestione, il controllare scadenze di incassi e pagamenti, interagire con la propria banca, con il proprio consulente contabile e in generale con i consulenti,
3. **Organizzazione:** sono attività volte alla gestione organizzativa del Punto Vendita, della compagine imprenditoriale, dell'organizzazione del lavoro e delle risorse umane (dei dipendenti e collaboratori), dei fornitori, della propria agenda, partecipazione ad incontri dell'associazione di categoria, di consorzi di via, etc
4. **Attività di aggiornamento professionale e formazione:** partecipazione a convegni, corsi di formazione, letture tecniche, auto aggiornamento, riunioni dell'associazione di categoria, etc.

DETERMINAZIONE DEL MONTE ORE INDIRETTE. In questo caso occorre procedere per fasi:

FASE 1: occorre identificare un elenco di attività indirette che non è possibile delegare ad altre risorse umane e che si ritiene siano assolutamente strategiche e importanti per il corretto svolgimento, mantenimento e sviluppo dell'attività imprenditoriale. Esempi di tali attività sono quella amministrativa, quella di promozione, marketing e commerciale in senso stretto e che pertanto ha il fine di procurare nuovi contatti con potenziali clienti, nuovi clienti, quella di aggiornamento professionale, etc.

FASE 2: per ogni attività indiretta identificata al punto precedente occorre quantificare un numero di ore annue ad essa dedicabili. Naturalmente questa determinazione risente di molti fattori ed elementi, che vanno opportunamente bilanciati e resi congrui e compatibili tra loro:

- **Amministrazione:** si tratta di quelle attività amministrative che è in genere necessario svolgere da soli, in proprio, in quanto non sono delegabili a fornitori o consulenti esterni. In genere infatti la prima obiezione alla determinazione di un monte ore annuo congruo di attività amministrativa è “la fa il consulente”: in realtà le attività di questo tipo di consulente è sinteticamente quella di fornire consulenza, tenere aggiornata la contabilità, preparare ed effettuare gli adempimenti civilistici e fiscali e connessi allo svolgimento dell'attività, preparare e trasmettere le dichiarazioni fiscali, calcolare e predisporre i versamenti di imposte, redigere le buste paga dei dipendenti o i compensi dei collaboratori. Esistono però tutta una serie di attività amministrative che in genere non rientrano nel mandato del consulente contabile e/o fiscale: controllare le fatture emesse ed il loro incasso in banca, controllare le fatture pervenute dai fornitori e procedere al loro pagamento, interazioni con la banca per revisione periodica delle condizioni contrattuali, etc.

Fanno parte di questo tipo di attività anche quelle relative, ad esempio, alla redazione di preventivi per potenziali clienti, alla verifica a consuntivo dell'andamento economico ed organizzativo del Punto Vendita o di uno specifico cliente, e in genere tutte quelle mansioni classificabili come attività amministrativo-gestionale.

- **Attività promozionale, marketing e commerciale:** va da se che il monte ore necessario per questa attività dipende da molti fattori: la fase di vita dell'attività, il funzionamento, gli usi e le consuetudini del settore di riferimento e del mercato in cui si lavora, il tipo di organizzazione che si è dati e le propensioni individuali, il far parte o meno di catene e franchising. Infatti l'attività di marketing assume quantificazioni, in termini di monte ore - non di costi per le azioni di marketing o comunicazione svolte - diverse ad esempio se l'attività è in fase di lancio e che

quindi è poco conosciuto (monte ore elevato) mentre, se il Punto Vendita è già affermato probabilmente non è necessario dedicare molto tempo alla ricerca di nuovi clienti. Sarà comunque necessario dedicare ore all'analisi dei concorrenti e dei nuovi entranti, all'evoluzione negli stili e decisioni di acquisto etc.

- **Attività di aggiornamento professionale:** anche in questo caso il tempo annuo necessario dipende da molti fattori specifici, quali ad esempio: il livello professionale individuale raggiunto, l'evoluzione del settore, la possibilità eventuale di ricorrere a collaborazioni professionali esterne.

**CHECK LIST DELLE TIPOLOGIE DI ATTIVITÀ INDIRETTE
(ELENCO ESEMPLIFICATIVO E NON ESAUSTIVO)**

Ricordiamo che questo riguarda solo le ore del / dei titolare /i dell'attività

Amministrazione

- Redigere preventivi per clienti
- Controllare le scorte di materiali
- Richiedere e valutare preventivi di fornitori
- Ordinare materiali e prestazioni a fornitori
- Controllare le fatture passive ricevute se conformi ai preventivi e agli ordini effettuati
- Procedere al pagamento delle fatture passive alle scadenze pattuite
- Redigere le fatture di vendita e/o bolle di accompagnamento
- Incontri presso la banca per discutere condizioni ed eventuali irregolarità presenti nel servizio ricevuto
- Preparare i documenti "contabili" per il commercialista
- Incontri periodici di consulenza/informazione con il commercialista

Marketing e Commerciale

- Individuare nuovi nominativi di clienti
- Preparare/aggiornare piani e azioni di comunicazione,
- Curare la realizzazione e l'aggiornamento di brochure, presentazioni, etc
- Inviare materiale pubblicitario/promozionale a potenziali clienti
- Pianificare ed effettuare incontri con potenziali clienti
- Partecipare ad eventi quali fiere, congressi, convegni etc al fine di provocare occasioni di incontro con potenziali clienti

Aggiornamento professionale

- Lettura periodica di giornali, riviste, periodici specializzati
- Lettura di testi tecnici
- Partecipazioni a mostre, fiere, convegni, incontri dell'associazione di categoria, di consorzi, etc
- Partecipazione a corsi di formazione/aggiornamento professionale
- Visite/soggiorni all'estero al fine di verificare evoluzioni nelle strategie e gestione dell'attività imprenditoriale

**ESEMPIO DI INDIVIDUAZIONE E CALCOLO DELLE ORE LAVORO E DEL REDDITO ANNUO LORDO
DELLA COMPAGINE SOCIALE**

Descrizione attività	Favallesi		Lama				TOTALE	
	N. ore annue	%	N. ore annue	%	N. ore annue	%	N. ore annue	%
Attività:								
Vendita (commesso)	1.300	76%		0%			1.300	37%
Gestione magazzino	50	3%		0%			50	1%
Gestione c/c e rapporti con banche	150	9%		0%			150	4%
Corsi aggiornamento professionale		0%	200	11%			200	6%
Fiere mostre ed eventi di settore		0%	400	22%			400	11%
Allestimento vetrine		0%	120	7%			120	3%
Controllo di gestione (prezzi e reports)	100	6%		0%			100	3%
Gestione sito internet		0%	200	11%			200	6%
Gestione e-commerce		0%	400	22%			400	11%
Consulenza e assistenza a clienti	100	6%	500	27%			600	17%
Altra Attività		0%		0%			-	0%
Altra Attività		0%		0%			-	0%
TOTALE ORE	1.700	100%	1.820	100%	-	100%	3.520	100%
Reddito Annuo Lordo	30.000,00		30.000,00				60.000,00	



B

B.E.P. / BEP

Bep è l'acronimo di Break Even Point, tradotto in italiano significa: punto di pareggio, punto di equilibrio, rottura, in corrispondenza del quale i ricavi delle vendite eguagliano l'ammontare di tutti i costi (fissi più variabili); in altre parole, è il volume delle vendite che è necessario raggiungere per coprire i costi. Può rappresentare il punto in cui i ricavi sono uguali ai costi, o l'unità di tempo o di volume produttivo in corrispondenza del quale i ricavi derivati da un investimento eguagliano i costi sostenuti.

L'**analisi "Costi-Volume-Profitto"** e serve a determinare il cosiddetto punto di pareggio (BEP = Break Even Point), ossia, in questo caso, il volume di vendita in corrispondenza del quale vengono coperti tutti i costi variabili del Punto Vendita e tutti i costi fissi di periodo. A tale livello non c'è utile, né perdita. Ogni unità venduta in meno genera una perdita, mentre ogni unità in più genera profitto.

Il concetto può essere applicato ad un solo prodotto, ad una linea di prodotti, al singolo Punto Vendita all'intera azienda.



C

COMPAGINE IMPRENDITORIALE

Con questo termine ci riferiamo a società organizzate sulla base delle persone che le compongono, quindi tutti i soci hanno uguali poteri e limiti infatti non esistono organi della società; la responsabilità dei soci (di tutti o di una parte di essi) è illimitata e solidale (ogni socio risponde interamente con il patrimonio personale) rispetto alle obbligazioni sociali. La Società di persone possono assumere la forma giuridica di società semplice (S.s.), società in nome collettivo (S.n.c.) e società in accomandita semplice (S.a.s.).

Nel foglio di calcolo “Costo del lavoro “, contenuto nella cartella “Costi fissi” ti chiediamo di indicare le attività dirette ed indirette svolte dai soci (fino ad un massimo di 4) , il monte ore per ogni socio/a, ed il reddito annuo lordo corrispondente a ciascuno di loro.

CONCILIAZIONE TRA TEMPI ED IMPEGNI DI FAMIGLIA E LAVORO

Rispetto al tema della disponibilità di tempo e della conciliazione degli impegni lavorativi e di cura, per l'analisi della redditività occorre soffermarsi con particolare enfasi sugli aspetti della determinazione delle ore di lavoro realmente dedicate all'attività.

Soprattutto le donne - che devono conciliare l'impegno imprenditoriale con quelli di cura di bambini ed anziani, devono compiere considerazioni realistiche, personalizzate ed esplicitare a sé stesse (ed agli altri eventuali soci) il numero di ore lavoro che possono conferire all'impresa.

CONTO ECONOMICO

Si tratta di un prospetto di sintesi in cui sono evidenziati i **ricavi annuali** di una attività nel suo complesso o di categorie di prodotti e **tutti i costi annuali – distinti per costo di acquisto, ammortamenti, costi fissi, costo del lavoro dei dipendenti e/o collaboratori, costo figurativo del lavoro del/i titolare/i dell'attività commerciale.**

Ricavi e costi sono poi sommati algebricamente (Ricavi meno Costi) per determinare il risultato economico, vale a dire, utile o perdita o pareggio.

Il conto economico con fatturato a pareggio individua il fatturato (somma dei ricavi di un anno) esattamente uguale alla somma di tutti i costi di una attività economica: in altre parole il fatturato annuo necessario a coprire tutti i costi, generati dalla gestione del Punto Vendita, di un anno e quindi il fatturato necessario per non subire perdite.

E' chiaro che sarà un fatturato differente a seconda se abbiamo costruito la **somma dei costi includendo o meno i cosiddetti costi figurativi.** Infatti includendo nei calcoli questi ultimi abbiamo i ricavi necessari a coprire anche il costo di quei fattori produttivi che nella realtà non abbiamo pagato, ma che forse anche in una logica evolutiva prima o poi ci toccherà pagare in futuro (basti pensare alla remunerazione del costo del lavoro del/i titolare/i dell'attività commerciale o al servizio di trasporto fatto in proprio, in economia piuttosto che gestito da fornitori di servizi di trasporto). Inoltre se il nostro

fatturato si rileverà nella realtà più basso delle previsioni, saranno proprio i costi figurativi a rappresentare la nostra valvola di sicurezza.

ESEMPIO DI STRUTTURA DI CONTO ECONOMICO A PAREGGIO

Descrizione	Importo	%
RICAVI DI VENDITA	474.126,36	100,0%
Costo di acquisto previsto	333.314,40	70,3%
MARGINE DI CONTRIBUZIONE	140.811,96	29,7%
Ammortamenti	4.341,96	0,9%
Costi fissi	48.470,00	10,2%
Costo del lavoro dipendente	28.000,00	5,9%
Costo del lavoro del titolare	60.000,00	12,7%
TOTALE COSTI FISSI	140.811,96	29,7%
RISULTATO LORDO (dei contributi previdenziali e delle imposte sul reddito)	-	0,0%

CONTRIBUTI PREVIDENZIALI

Fanno parte del costo complessivo, lordo del lavoro di dipendenti e collaboratori e del reddito annuo lordo del/i titolare/i dell'attività commerciale. I **contributi previdenziali ed assistenziali** sono delle somme di denaro che vengono versate per finanziare le prestazioni pensionistiche e tutte le altre prestazioni previdenziali ed assistenziali (in caso di malattia, infortuni sul lavoro, maternità, disoccupazione, ecc.) a cui tutti i lavoratori hanno diritto.

Si tratta dunque dei "premi" che debbono essere versati perché il lavoratore possa ricevere le prestazioni fornite dagli enti previdenziali, tra cui l'INPS (si calcoli che circa la metà dei contributi servono ad assicurarci la pensione), dall'INAIL e dal Servizio Sanitario Nazionale.

Nel caso del lavoro dipendente, l'ammontare dei contributi si calcola in percentuale sulla retribuzione lorda del lavoratore. Una parte (circa il 10% della retribuzione lorda) è carico del lavoratore. Un'altra parte (tra il 40 ed il 33% della retribuzione lorda) è a carico del datore di lavoro.

Rispetto alla parte gravante sul lavoratore, essa corrisponde alle **trattenute previdenziali** indicate in Busta Paga . Si parla di trattenute, perché il datore di lavoro, prima di effettuare il pagamento dello stipendio, trattiene la somma in questione e la versa agli enti previdenziali ed assistenziali.

Per quanto riguarda invece la parte spettante al datore di lavoro si parla di **oneri sociali** che questi deve versare per ogni lavoratore alle proprie dipendenze.

Si badi bene che sulla busta paga vengono indicate solo le trattenute a carico del dipendente; non compaiono invece indicazioni circa gli oneri sociali a carico del datore di lavoro.

I contributi previdenziali ed assistenziali devono essere versati anche per i redditi dell'imprenditore o dei soci: in questo caso la base di calcolo dei contributi previdenziali annui dovuti è costituita dal reddito fiscale derivante dall'attività di impresa commerciale.

COSTO ANNUALE

Si tratta di quei costi che vengono sostenuti nel corso dell'anno e che verranno sostenuti anche l'anno dopo, se si vuole impiegare quel fattore produttivo – sia esso un bene o un servizio materiale o immateriale - nell'attività di gestione di ogni anno.

Ad esempio un Punto Vendita preso in affitto si utilizzerà, molto probabilmente, per più anni: il relativo costo di affitto è un costo annuale che sosterremo per ogni anno in cui viene utilizzato lo spazio dedicato al Punto Vendita e/o al magazzino..

A titolo esclusivamente esemplificativo e non esaustivo, possiamo dire che i principali esempi di costi annuali sono:

- l'affitto,
- il costo del telefono,
- in generale delle utenze (gas, energia elettrica, acqua, etc),
- gli abbonamenti annuali a riviste,
- i canoni di assicurazione,
- la cancelleria,
- le spese di pulizia dei locali,
- le spese per la sicurezza,
- le spese bancarie.

I costi annuali possono essere classificati in fissi o costi variabili (vedi voci relative).

COSTO DEL LAVORO

Come abbiamo detto alla voce **“Contributi previdenziali”**, nell'analisi della redditività consideriamo i costi del lavoro – siano essi relativi a dipendenti e/o collaboratori o al titolare o ai soci dell'attività – siano essi reali o figurativi - con il concetto di “Lordo”. Quindi i contributi previdenziali e assistenziali fanno parte del costo complessivo, cioè lordo del lavoro di dipendenti e collaboratori e del reddito annuo lordo del/i titolare/i dell'attività commerciale.

Il costo del lavoro può essere riferito al lavoro apportato dall'imprenditore/i o al lavoro dei dipendenti/collaboratori.

Imprenditoriale

Il costo del lavoro del/dei titolare /i dell'attività deve essere considerato come reddito per le ore di lavoro prestate alla gestione ordinaria e straordinaria dell'attività. Deve tenere conto delle ore di lavoro

dedicate alle attività dirette ed indirette, del livello di professionalità, etc. Spesso il costo del lavoro, o reddito annuo lordo del titolare, è un costo figurativo.

Ci preme sottolineare che il reddito annuo lordo del/i titolare/i non profitto/ guadagno: quest'ultimo infatti non proviene dalla remunerazione delle ore dedicate all'attività, ma dalla remunerazione del capitale ed è il corrispettivo per la gestione del rischio di impresa. Il profitto potrebbe essere infatti proprio anche di soci di capitale che non cedono ore del proprio lavoro all'attività.

Del collaboratore/dipendente

Le spese per il personale posso essere così individuate:

- Stipendi dipendenti
- Contributi ed oneri sociali
- Accantonamenti fondo TFR
- Addestramento e formazione personale
- Spese per viaggi e soggiorno
- Compensi per prestazioni occasionali e collaborazioni a progetto

COSTO FISSO

Si tratta dei costi annuali che si sostengono per lo svolgimento dell'attività commerciale, il cui importo non varia al variare della quantità di beni e/o servizi venduti; in altre parole sono quei costi che si sostengono indipendentemente dal fatto che si vendano o meno i propri prodotti e/o servizi.

Ad esempio, indipendentemente dai volumi di vendita realizzati in un certo anno, l'affitto è un costo che si sostiene comunque, mentre il costo delle commissioni per l'utilizzo del POS - con cui si realizza parte del servizio al cliente - si sostiene in proporzione al suo utilizzo. In questo esempio solo l'affitto è da considerarsi costo fisso o indiretto reale.

Un altro elemento che caratterizza questa tipologia di costi è il fatto che, anche se il loro importo risente delle quantità di prodotti e/o servizi venduti, almeno per una parte del loro importo annuo tali costi esistono indipendentemente dalla vendita.

Le spese di trasporto per consegne al proprio magazzino o al proprio Punto Vendita dei prodotti acquistati, ad esempio, saranno varieranno al variare dei volumi di vendita. Vendere di più significa moltiplicare attività di gestione e coordinamento relative alla vendita (gestione clienti, fornitori,

collaboratori, spese di trasporto relative agli acquisti e alla consegna a domicilio, etc); è anche vero però che una certa quantità di costi fissi - anche se minore, perché i volumi di acquisto e vendita possono essere variabili - dovrà comunque essere prevista anche nell'ipotesi in cui la vendita, in un certo anno, sia scarsa. A questo proposito possiamo anche aggiungere un'ulteriore considerazione relativa alla fase di avvio dell'attività: in questa fase, pur non considerando superficiali automatismi, i volumi di vendita possono essere più bassi rispetto ad una attività a regime. I costi relativi alle spese di promozione, direct marketing, comunicazioni alla clientela su sconti, saldi, nuovi arrivi, etc devono comunque essere sostenuti, anzi questa voce di costo sarà probabilmente significativa nonostante ad essa non corrisponda una proporzionale attività di vendita. Sarà significativa per questioni strategiche: sostenere lo start up e lancio del Punto Vendita nel mercato di riferimento, per poi originare i volumi ed i ricavi di vendita messi a budget.

Per comodità di ragionamento quindi è preferibile considerare come costi fissi:

- tutti quei costi che non variano significativamente al variare delle quantità di prodotto e/o servizio vendute e, al contempo
- quelli che non sono direttamente connessi ai volumi degli acquisti e delle vendite dei prodotti/servizi (ad esempio i costi per le pulizie, la sicurezza, etc).

I costi fissi possono essere reali o figurativi, secondo gli stessi concetti espressi per gli investimenti.

I **costi fissi reali** sono i costi che vengono realmente sostenuti, per i quali cioè viene pagato un prezzo.

CHECK LIST PER IL CONTROLLO DELLA COMPLETEZZA E DELLE TIPOLOGIE

PER LA DETERMINAZIONE DEI PROPRI COSTI FISSI REALI

(elenco esemplificativo e non esaustivo)

Spese per acquisto servizi e fornitori

- Leasing
- Consulenze tecniche, legali, commerciali, fiscali, contrattuali, consulente del lavoro
- Marketing e pubblicità, premi su vendite, rimborsi spese, acquisto di informazioni sulla clientela, sulla concorrenza, analisi e studi di mercato, spese postali, provvigioni, partecipazione a mostre, fiere, iniziative di settore
- Costi utenze (Acqua, gas, luce, telefono mobile e fisso, linea adsl, etc) (la stipula dei contratti relativi andrebbe indicata negli investimenti perché si configurano come costi pluriennali).
- Spese condominiali
- Ristorazione
- Pulizia locali, lavanderia
- Sicurezza interna ed esterna al Punto Vendita (vigilanza privata)
- Assistenza tecnica, manutenzioni e riparazioni anche di automezzi, attrezzature ed impianti, spese di magazzinaggio, trasporto merci, tasse di circolazione, carburanti, etc

Affitto

- Punto Vendita, magazzino, mezzi di trasporto merci, impianti, etc

Assicurazioni

- Responsabilità civile, infortuni, assicurazioni automezzi

Banche ed Oneri finanziari

- Tenuta conto corrente
- Interessi passivi per mutui
- Spese per apertura e movimentazione c/c bancario
- Interessi passivi bancari
- Interessi passivi su debiti vari
- Sconti bancari

- Spese per accensione mutuo o prestito ipotecario
- Fideiussioni
- Spese per protesti cambiari
- Spese per contenzioso e recupero crediti

Previdenza ed oneri sociali

- Quota annuale versata alla cassa di previdenza o all'Inps

Abbonamenti e canoni

- Riviste, giornali, banche dati, canoni di manutenzione
- Tessere associazioni di categoria
- Diritti annuali Camera di Commercio

Costi di trasporto persone

- Aereo, treni, carburante auto, autostrada, bolli auto

Spese per il personale

- Stipendi dipendenti
- Contributi ed oneri sociali
- Accantonamenti Fondo Trattamento Fine Rapporto (TFR)
- Spese per consulente del lavoro
- Addestramento e formazione personale
- Spese per viaggi e soggiorno
- Compensi per prestazioni occasionali e collaborazioni a progetto

Materiali di consumo

- Materiali di uso corrente
- Materiali di manutenzione e pezzi di ricambio
- Materiali di pulizia
- Cancelleria e consumabili

I costi fissi figurativi sono quei costi che per vari motivi non vengono effettivamente pagati, in quanto relativi all'utilizzo di fattori produttivi (beni materiali o immateriali) che appartengono già alla proprietà privata del titolare.

Ad esempio potremmo citare tra questi i costi relativi:

- all'affitto di un negozio di proprietà personale o familiare che viene affittato a titolo gratuito, o ad un prezzo al di sotto di quello di mercato
- all'automobile già di proprietà del titolare, quindi anche i costi di bollo, assicurazione, manutenzione, etc
- costi relativi a interventi di manutenzione e riparazione svolti in economia o attraverso reti amicali.

In realtà è corretto considerare quei costi come costi figurativi, al fine di poter valutare con maggiore coerenza e precisione la redditività della propria impresa, la remuneratività dei propri prezzi di vendita.

Per la determinazione del valore di questi costi figurativi il metodo migliore è quello di attribuire il **valore di mercato**, vale a dire il prezzo che si pagherebbe se quel bene o servizio venisse effettivamente acquistato. Un esempio può riguardare i costi accessori all'auto: assicurazione, bollo, manutenzioni e riparazioni. Se l'auto è stata acquistata per uso prioritario personale ed è stata attribuita e valorizzata in una percentuale del 50 % negli investimenti figurativi, allora dobbiamo prevedere il 50 % dei costi accessori all'auto nei costi fissi figurativi. Il criterio con cui calcolare gli importi fa riferimento alla stessa percentuale definita negli investimenti.

CHECK LIST PER IL CONTROLLO DELLA COMPLETEZZA NELLA DETERMINAZIONE DEI PROPRI COSTI FISSI FIGURATIVI

(elenco esemplificativo e non esaustivo)

Beni e servizi

Manutenzioni e riparazioni svolte in economia, prestazioni di servizi (per esempio la dichiarazione dei redditi) da parte di reti amicali

Auto

Bollo, assicurazioni, manutenzioni e riparazioni

Affitto

Negozi utilizzati a titolo gratuito

ESEMPIO SCHEMA DI DETERMINAZIONE E CALCOLO DEI COSTI FISSI ANNUALI

Descrizione costi fissi	Importo
Affitto	20.000,00
Utenza energia elettrica	1.500,00
Utenza telefonica fissa	2.500,00
Utenza telefonica mobile	1.800,00
Utenza acqua	450,00
Vigilanza	500,00
Costi trasporto merci in acquisto e consegna ai clienti	800,00
Pulizie	1.500,00
Assicurazione furti	800,00
Assicurazione infortuni nel punto vendita	600,00
Assicurazione responsabilità civile prodotti	300,00
Costi consulenza arredo vetrine	500,00
Diritti camerali	200,00
Tenuta contabilità e adempimenti fiscali	2.000,00
Abbonamenti riviste tecniche	1.500,00
Associazione di categoria	800,00
Commissioni pos e carte di credito	500,00
Costi per eventi commerciali	2.500,00
Cancelleria e stampati	600,00
Pubblicità radiofonica	1.800,00
Pubblicità su giornali e riviste	1.000,00
Costi funzionamento e manutenzione sito internet	600,00
Costi funzionamento e manutenzione e-commerce	800,00
Corsi e aggiornamento professionale	1.670,00
Costo viaggi aggiornamento professionale, fiere e manifestazioni di settore	1.450,00
Riscaldamento	2.000,00
Totale costi fissi annuali	48.670,00

COSTO UNITARIO DI ACQUISTO

Indica il costo, cioè il prezzo pagato per l'acquisto di una sola unità dei prodotti che decidiamo siano parte integrante del nostro assortimento. E' il prezzo pagato a ciascun fornitore – sia esso produttore o grossista – per i beni da noi acquistati. Quando utilizziamo questo costo, non dobbiamo considerare l'Iva. Il costo unitario di acquisto è uno dei riferimenti principali per la determinazione del prezzo da noi praticato.

COSTO VARIABILE

I costi variabili dipendono dal volume di vendita realizzato in quanto, a differenza dei costi fissi, essi variano al variare dei volumi di vendita. Un esempio chiarirà meglio il concetto: se vendiamo un prodotto che ci costa 10 Euro, se ne vendiamo 2 il costo variabile totale diventa 20 Euro, se ne vendiamo 3 diventa 30 Euro e via dicendo....; con più aumenta il volume di vendita (quantità di prodotti venduti) analogamente e proporzionalmente aumenta il totale dei costi di acquisto di quel prodotto. Oltre al costo di acquisto dei prodotti da commercializzate, sono costi variabili (ad esempio) le provvigioni ed i costi di trasporto della merce acquistata. Nel prodotto excel, per semplicità, vengono considerati costi variabili solo i costi di acquisto dei prodotti (merci) da rivendere.



D

DIFFERENZA TRA FATTURATO PER IL PAREGGIO E FATTURATO PREVISTO

La differenza tra il fatturato necessario per il pareggio – che è rappresentato dal valore dei ricavi di vendita (al netto dell'Iva) che riesce a coprire i costi di acquisto dei beni, i costi fissi, il costo del lavoro dipendente ed il costo del lavoro imprenditoriale – ed il fatturato di vendita previsto può essere positiva o negativa. Nel caso sia negativa non verranno coperti tutti i costi generati dall'attività, nel caso sia

positiva , tutti i costi saranno coperti ed in questo caso si avrà un conto economico a pareggio o un utile di esercizio.



F

FATTURATO

Per fatturato si intende l'ammontare, la somma dei ricavi dell'esercizio derivanti dalla vendita dei prodotti e/o servizi relativi all'attività caratteristica dell'azienda. Il fatturato di un anno può essere previsto, cioè stimato ex ante oppure calcolato a consuntivo, quando cioè i ricavi di vendita si sono realizzati.

FATTURATO NECESSARIO PER IL PAREGGIO

Il fatturato necessario per il pareggio è la somma dei ricavi di vendita (al netto dell'Iva) che riesce a coprire i costi di acquisto dei beni, i costi fissi, il costo del lavoro dipendente ed il costo del lavoro imprenditoriale.



I

IMPOSTE SUL REDDITO

Le imposte e tasse complessive – cioè sul reddito e sull'attività - possono essere così classificate:

- Iva
- ICI

- IRPEF/ IRPEG o IRES
- IRAP
- Imposte di registro
- Imposta di fabbricazione
- Tasse di concessioni governative
- Tassa smaltimento rifiuti
- Altri oneri tributari

Le imposte che gravano sul reddito dell'imprenditore sono: Irap e Irpef o Ires.

INVENDUTO

Nel concetto di invenduto rientra la somma dei beni / prodotti acquistati – che quindi sono di nostra proprietà – che non hanno trovato un acquirente e che quindi, alla fine dell'anno entreranno a far parte delle rimanenze. I beni invenduti sono quelli per i quali abbiamo sostenuto un costo di acquisto (e di gestione: trasporto, magazzino, etc) e che non si sono trasformati in ricavo, nemmeno in parte.

INVESTIMENTO

I fattori produttivi, ossia i beni materiali ed immateriali necessari per lo svolgimento di una qualunque attività sono rappresentati, da un punto di vista economico, dai costi che si sostengono per il loro acquisto. Tali **costi**, al pari dei fattori produttivi che rappresentano, si distinguono in due categorie: i costi **pluriennali** e i costi **annuali**. Con il termine **costi pluriennali o investimenti**, si intendono i costi sostenuti o da sostenere per l'acquisto di fattori produttivi pluriennali, cioè beni materiali ed immateriali, che sono/saranno utilizzati nell'attività commerciale per due o più anni. Ad esempio il costo di acquisto del registratore di cassa per un negozio è un costo pluriennale o investimento, infatti può venire utilizzato per cinque anni o più; anche il computer potrà essere utilizzato per tre o quattro anni e, analogamente l'arredamento può rimanere invariato anche per diversi anni.

L'aspetto fondamentale che caratterizza alcuni costi di una attività come gli **investimenti**, non è la loro durata nel tempo, ma semplicemente il fatto che vengano utilizzati nell'attività per due o più anni. Gli investimenti vanno considerati attentamente da chi intende avviare un'attività perché possono

rappresentare una delle principali barriere di accesso ad un mercato, sia per il loro costo, che per il ritorno sugli investimenti, sia per la loro reperibilità sul mercato.

La durata nel tempo del bene, e quindi la cosiddetta **obsolescenza**, dipende anche dal settore in cui si opera e dalla tipologia di attività commerciale intrapresa.

Tutti gli altri costi sono definibili costi annuali.

INVESTIMENTI MATERIALI. Sono anche definiti tangibile fixed asset: le immobilizzazioni materiali o tecniche sono rappresentate da tutti i beni materiali impiegati durevolmente dall'impresa come strumenti produttivi. Ad es. i fabbricati commerciali, le attrezzature, gli impianti e i macchinari, gli utensili, etc.

CHECK LIST.

QUESTA LISTA È UTILE PER PERMETTERTI DI CONTROLLARE LA COMPLETEZZA DELLE VOCI DI INVESTIMENTO MATERIALI CHE PREVEDI DI REALIZZARE O HAI REALIZZATO NELLA TUA ATTIVITÀ.

Spese per immobilizzazioni materiali

- Acquisto terreno
- Acquisto e/o ristrutturazione immobile
- Spese notarili
- Spese di registrazione
- Spese per stipula contratti (energia elettrica, acqua, gas, luce, telefonia, etc)
- Acquisto impianti
- Acquisto macchinari ed attrezzature
- Acquisto macchine d'ufficio (computer, fotocopiatrici, fax, scanner, etc.)
- Acquisto software
- Acquisto arredamento e dotazioni d'ufficio
- Acquisto ricambi ed equipaggiamento macchinari
- Acquisto macchine aziendali ed automezzi per trasporto merci

INVESTIMENTI IMMATERIALI. Gli investimenti che sono stati definiti *immateriali* o *intangibili* rappresentano, in maniera schematica, quegli impieghi di capitale che non si concretano in attività *reali*, ma che comunque contribuiscono in larga misura allo sviluppo dell'impresa e alla definizione della sua capacità competitiva. In sostanza possono essere fatti rientrare in questa categoria gli investimenti in: immagine aziendale, marchi, ricerca, formazione del personale, portafoglio clienti, rete di vendita, pubblicità e così via.

CHECK LIST.

QUESTA LISTA È UTILE PER PERMETTERTI DI CONTROLLARE LA COMPLETEZZA DELLE VOCI DI INVESTIMENTO IMMATERIALI CHE PREVEDI DI REALIZZARE O HAI REALIZZATO NELLA TUA ATTIVITÀ.

Spese per immobilizzazioni immateriali

- Spese di costituzione della società
- Studio di fattibilità acquisto e/o registrazione brevetti
- Acquisto e/o registrazione marchi
- Diritti di concessione e licenze d'uso
- Royalties
- Spese di progettazione e ricerca

GLI INVESTIMENTI REALI sono tutti gli investimenti che si sostengono realmente pagando un corrispettivo in denaro ad un fornitore per l'acquisto del bene oggetto di investimento.

GLI INVESTIMENTI FIGURATIVI, sono quei beni utili per più anni, che vengono usati nell'attività economica senza che sia stato pagato un prezzo in denaro al momento dell'avvio dell'attività stessa. Ciò accade principalmente nell'avvio delle piccole attività commerciali, quando alcuni beni necessari per lo svolgimento dell'attività, sono già disponibili per il titolare che li possedeva già e li utilizzava privatamente, vale a dire non per una attività lavorativa in proprio ma nelle attività della sua vita privata.

Ad esempio accade che chi inizia una attività necessiti di un computer e una stampante per lavorare, e che posseda già questi beni che utilizzava per altre attività.

Infatti molto spesso in fase d'avvio le risorse finanziarie sono scarse e si fa quindi spesso uso di ciò che si ha già, rimandando al futuro l'acquisto dei beni. Tuttavia nella logica di costruzione della pianificazione della nostra attività è necessario considerare anche questi beni. Se non considerassimo anche il valore di questi investimenti, definiti figurativi, nel calcolo degli investimenti necessari per avviare e gestire una attività commerciale, si correrebbe il rischio di non valutare correttamente se i prezzi di vendita dei nostri prodotti e/o servizi sono in grado di remunerare, cioè di coprire, tutti i costi dell'attività. In altre parole, se non si considerasse il valore degli investimenti **figurativi**, si farebbero analisi economiche che non considerano alcuni costi relativi a beni che l'attività stessa invece utilizza, e che prima o poi dovrà sostituire pagando un prezzo reale.

Per determinare il valore di questi investimenti figurativi il metodo migliore è quello di attribuire il valore che si dovrebbe sostenere nell'ipotesi che si acquistasse il bene da un fornitore (valore di mercato).

I casi più ricorrenti di investimenti figurativi sono:

- l'autovettura che si possiede per la vita privata se e nella misura in cui la si utilizza per lavoro;
- il computer e i suoi accessori che si utilizzava già nella vita privata e ora lo si utilizza per lavoro;
- cellulari che si possedevano prima di iniziare l'attività che si utilizzano per comunicazioni di lavoro.

Un investimento è figurativo se il fattore produttivo viene effettivamente utilizzato per l'attività e non se ne potrebbe fare a meno. Ad esempio l'autovettura già posseduta è da considerarsi investimento figurativo solo se la si usa per lavoro perché non ci sono alternative e non per scelta.

ESEMPIO DI CALCOLO DI INVESTIMENTI ED AMMORTAMENTI

Descrizione Investimenti (materiali e immateriali)	Anno di acquisto	Importo Euro	Anni di utilizzo N.	Ammortamento Annuo Euro	Anno di probabile sostituzione
Bilance	2005	400,00	4	100,00	2.009
Registratore di cassa	2005	600,00	5	120,00	2.010
Verificatore banconote false	2005	500,00	5	100,00	2.010
Impianto antitaccheggio e/o allarme	2005	900,00	7	128,57	2.012
Scaffalature magazzino	2005	550,00	8	68,75	2.013
Arredi magazzino	2005	400,00	6	66,67	2.011
Luci e impianto elettrico magazzino	2005	350,00	10	35,00	2.015
Componenti e arredi per vetrina	2005	600,00	6	100,00	2.011
Mobili e arredi punto vendita	2005	1.500,00	8	187,50	2.013
Luci e impianto elettr. punto vendita e vetrina	2005	500,00	10	50,00	2.015
Computer	2005	2.000,00	3	666,67	2.008
Stampante	2005	400,00	3	133,33	2.008
Software	2005	400,00	2	200,00	2.007
Antivirus	2005	180,00	2	90,00	2.007
Scanner	2005	450,00	3	150,00	2.008
Video proiettore	2005	650,00	4	162,50	2.009
Linea isdn o adsl	2005	500,00	8	62,50	2.013
Frigobar	2005	500,00	5	100,00	2.010
Macchina per caffè	2005	300,00	4	75,00	2.009
Telefonia mobile (cellulare)	2005	450,00	3	150,00	2.008
Ristrutturazione e adattamento locali - normative	2005	5.000,00	10	500,00	2.015
Attrezzature tecniche	2005	2.000,00	8	250,00	2.013
Cassetta pronto soccorso	2005	115,00	3	38,33	2.008
Apparecchiatura pos e carte di credito	2005	400,00	7	57,14	2.012
Realizzazione sito internet	2005	2.000,00	8	250,00	2.013
Realizzazione e-commerce	2005	2.500,00	5	500,00	2.010
TOTALE		24.145		4.342	

I.V.A.

L'iva. (Imposta Valore Aggiunto) è una imposta indiretta correlata alla vendita (cessione) ed acquisto di beni e servizi. Il termine indiretta sta a significare che l'imposta grava sul consumatore finale con aliquote varie in base alla tipologia di prodotto/servizio, anche se oggi la maggioranza dei beni e dei servizi scambiati sul mercato è soggetta ad una aliquota Iva del 20%.

Quando il consumatore finale (cliente) di una impresa (commerciale o meno) o di un lavoratore autonomo, acquista un bene o un servizio al prezzo (ad esempio) di 120 Euro, in realtà corrisponde al venditore per 100 Euro il prezzo di acquisto (ricavo dell'imprenditore che vende) e per 20 Euro l'Iva sul prodotto acquisto che l'imprenditore deve poi versare allo Stato Italiano. E' quindi molto importante, se si esercita una attività di impresa con la vendita al dettaglio (cioè ai consumatori finali o clienti), considerare che 120 è il prezzo di acquisto per il nostro cliente, mentre quell'incasso di 120 Euro per noi si traduce in 100 Euro di ricavo (che andrà a fare parte dei nostri ricavi di vendita o fatturato) e per 20 Euro è una entrata nostra solo transitoria, in quanto non possiamo trattenerci l'Iva incassata ma dobbiamo versarla allo Stato.

Per completezza occorre ricordare che le vendite di beni e servizi effettuate verso l'estero non sono soggette ad Iva.

Quando invece, come imprenditori, acquistiamo beni e servizi (principalmente quindi gli acquisti di prodotti da rivendere) il prezzo totale o corrispettivo che paghiamo al fornitore è comprensivo del 20% di Iva che in realtà lo Stato Italiano ci rimborserà, mediante il meccanismo della sottrazione dell'Iva a credito (quella pagata ai fornitori) dall'Iva a debito (quella incassata dai clienti) con il conseguente versamento della differenza.

Se vengono acquistati beni dall'estero, tali acquisti non sono gravati da Iva.



M

MARGINE

L'ammontare di profitto che deriva ad un imprenditore dalla vendita del prodotto, dopo avere pagato tutti i fattori della produzione/servizio che hanno contribuito alla sua realizzazione/commercializzazione. Il

marginale o ricarico, detto anche mark-up, per l'azienda commerciale è la differenza fra il prezzo di acquisto da parte dell'intermediario ed il prezzo di rivendita; è normalmente espresso in percentuale del prezzo di acquisto.

MARGINE DI CONTRIBUZIONE

È il risultato economico derivante dalla sottrazione, dai ricavi di vendita, dei prezzi di acquisto delle categorie di prodotti. Il termine "contribuzione" sta ad indicare che, se tale differenza risulta positiva, il risultato è un guadagno parziale che contribuisce, in tutto o in parte, alla copertura degli altri costi dell'attività, i costi indiretti o fissi. Il margine di contribuzione dei singoli prodotti è un indicatore importante per capire se la l' attività è conveniente o meno, ossia se permette di coprire tutti i costi che si sostengono per poter acquistare e vendere.

Attenzione: *il margine di contribuzione non può essere negativo, in quel caso significherebbe che l'attività non riesce a coprire neppure i **costi fissi** ! Bisogna esserne consapevoli perché nel caso in cui si vendano referenze sotto costo (quindi ad un prezzo al cliente inferiore a quello di acquisto o ad un prezzo che non copre i costi fissi) di questo va tenuto conto nella formazione dei prezzi dell'intera gamma, in modo tale che sconti, rimanenze cedute allo stocchista etc siano previste ad inizio anno / stagione nella formazione dei prezzi pieni.*

ESEMPIO DI STRUTTURA DI MARGINE

Categoria di prodotto	PRODOTTI ALTA QUALITA'		PRODOTTI QUALITA' MEDIA		PRODOTTI DI BASSA QUALITA'		TOTALE	
Ricavi totali di vendita	148.100	100%	263.600	100%	53.800	100%	465.500	100%
Costo di acquisto	85.000	57%	201.250	76%	41.000	76%	327.250	70%
Margine di contribuzione	63.100	43%	62.350	24%	12.800	24%	138.250	30%

MOLTIPLICATORE DI RICARICO APPLICATO

Il termine "ricarico" indica la somma aggiunta - al prezzo di costo di un prodotto - per determinare il prezzo al consumo (o di vendita) del prodotto stesso.

Il termine "moltiplicare di ricarico" indica, invece, quel valore che permette di individuare agevolmente il prezzo finale di vendita. Ad esempio: se si compra un prodotto che si paga 50 Euro e lo si vuole vendere a 144 Euro, significa che è stato applicato un moltiplicatore di 2.88 al prezzo di acquisto. (50 Euro x 2.88 = 144 Euro).

ESEMPIO. MOLTIPLICATORE DI RICARICO APPLICATO

Categoria di prodotto		PRODOTTI ALTA QUALITA'						
Prodotto		PRODOTTO A						
Quantità acquistata o da acquistare		1000	Costo unitario di acquisto		50			
Prezzi unitari di vendita al netto dell'Iva								
	Euro	Quantità	Ricavo totale	Costo Totale	Margine totale	Margine %	Prezzo unitario con Iva per il cliente	Moltiplicatore di ricarico applicato
Prezzo pieno	120,00	400	48.000	20.000	28.000	58%	144,00	2,88
Prezzo scontato	80,00	150	12.000	7.500	4.500	38%	96,00	1,92
Altri canali di vendita	90,00	300	27.000	15.000	12.000	44%	108,00	2,16
Invenduto/scarto	20,00	150	3.000	7.500	4.500	-150%	24,00	0,48
Totale		1000	90.000	50.000	40.000	44%		1,80



P

PAREGGIO

Si intende con questo termine il fatturato (somma dei ricavi di un anno) esattamente uguale alla somma di tutti i costi di una attività economica: in altre parole il fatturato annuo necessario a coprire tutti i costi di un anno e quindi non subire perdite. E' chiaro che avremo un fatturato diverso se la somma dei costi include - o meno - i cosiddetti costi figurativi. Infatti includendo nei calcoli questi ultimi, abbiamo i ricavi necessari a coprire anche il costo di quei fattori produttivi che nella realtà non abbiamo pagato, ma che forse - anche in una logica evolutiva - prima o poi dovremo pagare in futuro (basti pensare ad una sede più grande che si renderà necessaria se la nostra attività si sviluppa). Inoltre, se il nostro fatturato si rileverà nella realtà più basso delle previsioni, saranno proprio i costi figurativi a rappresentare la nostra valvola di salvezza.

PREZZO

Il prezzo è contemporaneamente: un mezzo di **stimolo della domanda** e un fattore determinante della **redditività a lungo termine**. La scelta di una strategia di prezzo deve perseguire una **coerenza interna**, connessa alla necessità di stabilire il prezzo del prodotto rispettando i vincoli di costi e di redditività. Deve perseguire una **coerenza esterna**: il prezzo deve essere determinato tenendo conto della capacità di acquisto del mercato e del prezzo dei prodotti concorrenti. In ultima istanza il prezzo deve essere coerente con le decisioni di **posizionamento** del prodotto (e con la strategia di **distribuzione**).

E' possibile segmentare il mercato in funzione della sensibilità della domanda al prezzo, che dipende da fattori come: unicità del valore del prodotto; consapevolezza dell'esistenza di alternative; difficoltà nel confronto di alternative; ammontare della spesa; contributo al beneficio finale; rapporto prezzo/qualità; temporaneità del prezzo.

La determinazione del prezzo è un problema che si pone ad almeno **tre livelli**: la determinazione del prezzo per la prima volta, il cambiamento del prezzo; la differenziazione del prezzo nel tempo e nello spazio (differenziazione geografica, sconti, promozioni ecc.).

Il prezzo dal punto di vista dell'acquirente. Il prezzo che il cliente finale è disposto a pagare **misura** l'intensità del bisogno nonché la quantità e la natura della soddisfazione che si attende. Il concetto di prezzo supera la semplice combinazione di fattori puramente oggettivi e quantitativi. Diventano rilevanti i concetti di valore totale del prodotto ed il costo totale di acquisizione del prodotto.

Il prezzo viene fissato in base al valore del prodotto percepito dal consumatore. Quanto più elevato è il valore percepito (per esempio, rispetto alla concorrenza) tanto maggiore potrà essere il prezzo applicato, ovvero maggiori saranno le opportunità di conquistare maggiori quote di mercato a parità di prezzo. Importante è valutare correttamente (anche attraverso ricerche di mercato) il valore percepito.

ATTENZIONE al rapporto tra prezzo e ricavo. Vi chiediamo di tenere ben presente che il prezzo senza Iva costituisce per voi il **RICAVO**, mentre il prezzo di vendita finale al cliente contiene anche l'Iva. Quando infatti comunicate al cliente finale (consumatore) il prezzo di vendita, dovete fare riferimento al prezzo Iva inclusa.

PREZZO PIENO

E' il prezzo di vendita che si determina per ogni prodotto senza considerare gli sconti applicati a particolari clienti (o categorie di clienti), i saldi etc.

Per esempio nel settore dell'abbigliamento il prezzo pieno è quello attribuito ad inizio stagione.

PREZZO SCONTATO

E' un prezzo di vendita che si determina per ogni prodotto considerando gli sconti applicati ai migliori clienti (o categorie di clienti) , le liquidazioni, etc. Sarebbe utile predefinire i prezzi scontati e non deciderli volta per volta. Tipico esempio sono le campagne "3x2", o i prezzi applicati nei periodi di liquidazione.

PREZZO UNITARIO DI VENDITA AL NETTO DI I.V.A.

E' il prezzo a cui decidi di vendere il singolo prodotto, senza considerare l'Iva. Ad esempio se acquisti un prodotto a 50 Euro e 100 è il prezzo unitario al netto Iva, il prezzo al cliente sarà pari a 120 Euro. Questo esempio considera una Iva pari al 20 %. Ribadiamo, come già detto alla voce "Prezzo" - di tenere ben presente che **il prezzo senza Iva costituisce per voi il RICAVO**, mentre il prezzo di vendita finale al cliente contiene anche l'Iva.

PRODOTTO

Il prodotto può essere definito come il mezzo attraverso il quale si soddisfano i bisogni della clientela. Tenere presente il bisogno del cliente, quindi ragionare con un orientamento al mercato, ci è molto utile per definire il nostro assortimento, per prendere decisioni relative agli acquisti, e per governare il rapporto con i fornitori.

Ai fini del nostro obiettivo, calcolare cioè l'analisi della redditività, ci è utile utilizzare non solo il concetto di singolo prodotto, ma anche aggregazioni di questi, che qui definiamo "categorie di prodotti". Ad esempio, se la mia attività è rappresentata da un negozio alimentare, posso considerare come categorie di prodotti i prodotti freschi, i prodotti surgelati, etc.

E' bene ricordare che i prodotti che decidiamo facciamo parte del nostro assortimento, generano – oltre ai costi di acquisto, anche costi per la loro gestione (vedi i prodotti freschi) e possono anche generare costi diversi relativi all'indice di servizio. A questo proposito possiamo fare un esempio: in una erboristeria ci sono prodotti che il cliente può scegliere da solo prelevandoli dallo scaffale (sono di solito prodotti già confezionati) oppure può richiedere una particolare tisana che l'erborista deve preparare al momento.

Le decisioni prese nella fase di acquisto dei prodotti sono fondamentali nella strategia di una attività commerciale.



Q

QUANTITÀ DI PRODOTTO ACQUISTATA O DA ACQUISTARE

Si riferisce alle quantità, ai volumi di acquisto relative ai prodotti o alle categorie di prodotto. Le quantità verranno poi moltiplicate per il costo unitario di acquisto, determinando in questo modo il costo complessivo.



R

REDDITO

Il reddito annuo lordo è quello relativo alla remunerazione del/i titolare/i dell'attività imprenditoriale. Va anticipato che si tratta di un reddito al lordo delle imposte e degli oneri previdenziali: per calcolare un reddito netto partendo da questo aggregato sarà necessario calcolare a quanto ammontano gli oneri previdenziali (Inps) e quindi sottrarli, poi calcolare le imposte sul reddito corrispondenti (Irap ed eventuale Irap) per poi sottrarre anche quelle. (Vedi voce "Imposte sul reddito").

Il concetto di reddito annuo lordo cui si fa riferimento è da considerarsi come un vero costo annuale per l'attività imprenditoriale, **come se si trattasse del costo di un dipendente**: si tratta cioè di stimare quanto costerebbe a questa attività un dipendente con le stesse caratteristiche, professionalità, esperienza e capacità lavorativa del titolare. Il metodo più semplice per fare questa stima consiste nel valutare quanto sarebbe il reddito (in questo caso costo) annuo al lordo di imposte e oneri previdenziali che una azienda sarebbe disposta a sostenere per assumere una persona con le stesse caratteristiche, professionalità, esperienza e capacità lavorativa. **Si tratta ovviamente di un costo figurativo** che è molto importante stimare con i criteri visti sopra: infatti in questo modo sarà possibile calcolare, considerando tutti gli altri costi reali e figurativi, un fatturato per il pareggio economico, che consenta cioè di coprire tutti i costi compreso il reddito annuo lordo. Se l'attività di impresa esercitata (o da

progettare) ha un contenuto lavorativo del tutto simile ad esempio a quello svolto in precedenti mansioni come lavoratore dipendente, allora la cosa più semplice da fare è determinare il reddito annuo lordo uguale allo stipendio (al lordo delle ritenute fiscali e contributive a vostro carico) annuo percepito come dipendente.

L'importante, nella determinazione del reddito come costo figurativo, è **non attribuirgli un valore che rappresenta in realtà il guadagno atteso o sperato** dell'attività, poiché in questo modo non si determina solo un costo figurativo ma anche un utile.

Se la determinazione di questo reddito annuo lordo è difficile, lo si può determinare cercando di individuare il reddito annuo lordo minimo al di sotto del quale non saremmo più disposti ad esercitare l'attività.

RICAVO

Il ricavo di vendita è il corrispettivo della vendita del proprio prodotto; cioè il prezzo a cui viene venduto al cliente il prodotto, al netto dell'Iva se presente.

Il ricavo previsto è rappresentato dal prezzo a cui stimo di vendere quel determinato prodotto. Nel caso in cui consideri l'attività di impresa nel suo complesso i ricavi previsti fanno riferimento ai volumi di vendite che prevedo il mio Punto Vendita possa realizzare in un anno.

Nel caso di imprese commerciali, rappresentano i ricavi delle vendite al netto dei resi, degli sconti, degli abbuoni e dei premi, nonché delle imposte direttamente connesse con la vendita dei prodotti.

RISULTATO LORDO

E' praticamente il risultato finale del conto economico. Una volta sottratti dai ricavi di vendita i costi di acquisto previsti, e determinato il margine di contribuzione, a questo vengono sottratti tutti gli altri costi (**ammortamenti, costi fissi, costo del lavoro dipendente e del /i titolare/i**) e quello che residua è il risultato lordo.

Il termine lordo sta a significare che, per calcolare il risultato netto disponibile per il titolare dell'attività, occorrerà calcolare e sottrarre gli oneri previdenziali e le imposte sul reddito.

ESEMPIO DI CALCOLO DEL RISULTATO LORDO.

Conto economico per il pareggio	Anno	2005
Descrizione	Importo	%
RICAVI DI VENDITA	474.126,36	100,0%
Costo di acquisto previsto	333.314,40	70,3%
MARGINE DI CONTRIBUZIONE	140.811,96	29,7%
Ammortamenti	4.341,96	0,9%
Costi fissi	48.470,00	10,2%
Costo del lavoro dipendente	28.000,00	5,9%
Costo del lavoro del titolare	60.000,00	12,7%
TOTALE COSTI FISSI	140.811,96	29,7%
RISULTATO LORDO (dei contributi previdenziali e delle imposte sul reddito)	-	0,0%



S

SCARTO

Producono costi ma non ricavi, se non in modo residuale. Ad esempio, nella vendita al dettaglio di prodotti alimentare il “settore” dei prodotti freschi potrebbe produrre scarti con volumi tali da essere presi in considerazione nella formazione dei prezzi di vendita.

Possiamo aggiungere che nei Punti Vendita è importante prevedere anche il **fenomeno furti**, compiendo almeno due ordini di considerazioni:

- valutare la possibilità di prevederlo e determinarlo nel valore rispetto alla propria attività
- cercare di ridurlo con accorgimenti nella gestione: Antitaccheggio, campanello porta, servizio di sicurezza, etc.





4 - Guida alla compilazione del software

Il software per il calcolo dell'analisi della redditività per micro imprese commerciali al dettaglio si sviluppa nei seguenti files:

- Cartella di lavoro Excel “Costi fissi” che contiene i fogli di lavoro:
 2. Investimenti
 3. Costi fissi
 4. Costo del lavoro
 5. Pareggio

- Cartella di lavoro Excel “Calcolo Prezzi e Margini 1” che contiene 8 fogli di lavoro identici denominati A,B,C,D,E,F,G,H in cui, per ogni prodotto da commercializzare, è possibile inserire i dati di acquisto e vendita al fine di calcolare margini e redditività; i risultati economici di ognuno di questi fogli vengono sintetizzati nel foglio di lavoro “Margine”

- N. 4 Cartelle di lavoro Excel denominate “Calcolo Prezzi e Margini 2,3,4,5” in tutto e per tutto identiche alla cartella di lavoro “Calcolo Prezzi e Margini 1” illustrata al punto precedente

- Cartella di lavoro Excel “Conto economico” che contiene i seguenti fogli di lavoro:
 1. “Margine”
 2. “Conto economico”
 3. “BEP”

Si consiglia di cominciare ad inserire i dati richiesti partendo dalla cartella di lavoro Excel denominata “Costi fissi”, procedendo nell'ordine proposto dal programma, cioè compilando prima il foglio di lavoro denominato “Investimenti”, poi quello denominato “Costi fissi” e infine quello denominato “Costo del lavoro”, seguendo per ognuno di questi fogli le istruzioni alla compilazione rilevabili nei rispettivi paragrafi di questo capitolo.

Il foglio “Investimenti” consente di quantificare sia il totale degli investimenti necessari all’attività che di calcolare i relativi ammortamenti o costi annuali; nel foglio “Costi fissi” si arriva alla quantificazione di tutti i costi fissi annuali non connessi con gli investimenti. Il foglio di lavoro “costo del lavoro” consente, oltre alla determinazione del costo del lavoro imprenditoriale, anche la quantificazione delle ore annue necessarie allo svolgimento delle varie attività d’impresa.

A questo punto della compilazione sono disponibili tutti i dati relativi ai costi a parte i costi variabili di acquisto dei prodotti da commercializzare e ai relativi prezzi di vendita e margini. Prima di continuare la compilazione del programma è possibile a questo punto determinare un indicatore sintetico relativo al fatturato necessario per il pareggio economico prevedendo una percentuale media di incidenza dei costi di acquisto da inserire nel foglio di lavoro “Pareggio” seguendo le istruzioni relative.

Continuate a questo punto compilando la cartella di lavoro Excel denominata “Calcolo Prezzi e Margini 1” in cui è possibile inserire i dati relativi alla quantità e al costo d’acquisto delle merci, nonché i prezzi di vendita relativi, che consente per ogni prodotto di determinare il margine di contribuzione e il prezzo di vendita al cliente. Questa cartella di lavoro contiene 8 fogli di lavoro identici denominati “Calcolo Prezzi e Margini A-B-C-D-E-F-G-H”: se avete o prevedete di avere al massimo 8 prodotti da acquistare e vendere, potete limitarvi a compilare solo questa cartella di lavoro; naturalmente se avete un numero di prodotti inferiore ad 8 compilate solamente i fogli a voi necessari e non compilate gli altri.

Nel caso invece siate in presenza di un numero di prodotti superiore ad 8, potete raggruppare i prodotti in categorie (al massimo 5) e compilare una cartella di lavoro tra quelle denominate “Calcolo dei Prezzi e dei Margini da 1 a 5” per ogni categoria di prodotto così individuata.

Nel caso siate in presenza di un numero di prodotti superiore a 40, sarà necessario accorpate in una sola specie alcuni prodotti simili per costi di acquisto e prezzi di vendita al fine di ridurre il numero fino a 40, che rappresenta infatti la capienza massima del programma.

Seguite le indicazioni analitiche di compilazione rilevabili nei rispettivi paragrafi di questa guida.

A questo punto passate alla compilazione della cartella di lavoro Excel “Conto economico” seguendo le indicazioni riportate nella guida per i 3 fogli contenuti nella cartella (“Margini”, “Conto economico” e “BEP”), cosa che risulterà abbastanza veloce in quanto i dati da inserire in tali fogli sono pochi e in alcuni casi inesistenti in quanto questa cartella fornisce per lo più in automatico i dati di sintesi sulla base di quanto avete inserito nelle cartelle di lavoro precedenti, e precisamente:

- la composizione del margine di contribuzione totale attraverso l’evidenziazione dei margini delle singole 5 categorie di prodotti (se tutte compilate)
- il conto economico come risultante dei dati inseriti con l’evidenziazione del reddito lordo e netto disponibile per il/i titolare/i e lo scostamento rispetto al fatturato per il pareggio

- un nuovo calcolo relativo al fatturato per il pareggio (foglio BEP) basato questa volta sulla percentuale media di incidenza dei costi di acquisto dei prodotti inserita nelle singole cartelle “Calcolo prezzi e margini”.

Avvertenza:

I fogli excel sono stati strutturati per permettere di **visualizzare a video**, nella maggior parte dei casi, l'intero foglio di calcolo. Nel caso in cui il vostro video non visualizzi l'intero foglio di calcolo, potete utilizzare:

- una percentuale di visualizzazione diversa, modificando la percentuale indicata nello zoom,

oppure

- le barre di scorrimento poste a destra e sotto il foglio excel.

Anche l'**area di stampa** è stata impostata affinché il singolo foglio di calcolo sia stampato su una pagina sola. Questa impostazione potrebbe variare a seconda del setting della vostra stampante.

I file contenuti nel Cd sono collegati tra loro, quindi, per consentire il reciproco aggiornamento occorre **copiarli e archivarli nella stessa cartella/directory**.

4.1 - CARTELLA DI LAVORO: “COSTI FISSI”

FOGLIO DI LAVORO: “INVESTIMENTI”: foglio di lavoro in cui inserire gli investimenti e di calcolo dei relativi ammortamenti

Inserire nella cella C-F 2 il nome dell'impresa o della società o in alternativa il nome e cognome del titolare dell'attività.

Inserire nella cella C 3 l'anno solare cui si riferisce la compilazione.

Inserire nelle celle da B 11 a B 39 la descrizione degli investimenti necessari per lo svolgimento dell'attività.

Inserire nelle celle da C 11 a C 39 l'anno di acquisto di ogni investimento inserito nella colonna precedente (B).

Inserire nelle celle da D 11 a D 39 il valore di acquisto (cioè il prezzo pagato o il preventivo di spesa) di ogni investimento inserito in colonna B.

Inserire nelle celle da E 11 a E 39 in corrispondenza di ogni investimento di cui in colonna B il numero di anni di utilizzo possibile o residuo del bene **ATTENZIONE: in ogni cella della colonna E è già inserito il valore "1", al quale occorre sostituire la stima del n. di anni di utilizzo per ogni investimento; per le righe non compilate è assolutamente necessario lasciare la cifra 1 e non cancellarla, altrimenti il foglio elettronico non consentirà più di ottenere dati attendibili.**

Per ogni investimento inserito a questo punto nelle celle da F11 a F 39 comparirà l'importo annuo del relativo ammortamento.

Per ogni investimento inserito a questo punto nelle celle da G 11 a G 39 comparirà in corrispondenza di ogni investimento inserito in colonna B, l'anno di probabile sostituzione del bene.

Nella cella D 40 sarà a questo punto disponibile il totale degli investimenti inseriti.

Nella cella F 40 sarà a questo punto disponibile il totale degli ammortamenti relativi agli investimenti inseriti.

FOGLIO DI LAVORO: "COSTI FISSI": foglio di lavoro in cui inserire i costi fissi della propria attività

Nella cella C 1 compare automaticamente il nome dell'impresa o della società.

Nella cella C 2 compare automaticamente l'anno solare cui si riferisce la compilazione.

Inserire nelle celle da B 7 a B 37 la descrizione dei costi fissi necessari per lo svolgimento dell'attività

Inserire nelle celle da C 7 a C 37 l'importo dei costi fissi inseriti nella colonna B.

Nella cella C 39 sarà a questo punto visualizzato il totale dei costi fissi inseriti e necessari allo svolgimento dell'attività.

FOGLIO DI LAVORO: "COSTO DEL LAVORO": foglio di lavoro in cui inserire ipotesi su tempi di lavoro da dedicare alle varie attività aziendali nonché il reddito lordo annuo di riferimento del singolo titolare o della eventuale compagine sociale

Nella cella C-L 1 compare automaticamente il nome dell'impresa o della società.

Nella cella C 2 compare automaticamente l'anno solare cui si riferisce la compilazione.

Inserire nelle celle da B 12 a B 23 la descrizione delle attività di lavoro necessarie allo svolgimento dell'attività.

Nel caso di un unico titolare dell'attività, inserire nella cella C-D 5 il nome del titolare .

Inserire nelle celle da C 12 a C 23 il numero di ore annue necessarie allo svolgimento di ogni attività inserita nella colonna B.

Nelle celle da D 12 a D 23 verrà a questo punto visualizzata la composizione percentuale delle varie attività inserite nelle colonne precedenti (rispetto al totale della cella C 25 – vedi punto successivo).

Nella cella C 25 verrà visualizzato il totale delle ore annue inserite.

Nel caso di una compagine sociale, inserire nelle celle E-F 5, G-H 5, I-J 5 il nome dei ogni altro socio.

Inserire nelle celle da E 12 a E 23 il numero di ore annue necessarie allo svolgimento di ogni attività inserita nella colonna B riferibili al socio indicato nella cella E-F 5.

Inserire nelle celle da G 12 a G 23 il numero di ore annue necessarie allo svolgimento di ogni attività inserita nella colonna B riferibili al socio indicato nella cella G-H 5.

Inserire nelle celle da I 12 a I 23 il numero di ore annue necessarie allo svolgimento di ogni attività inserita nella colonna B riferibili al socio indicato nella cella I-J 5.

Nelle celle da F 12 a F 23, da H 12 a H 23 e da J 12 a J 23 verrà a questo punto visualizzata la composizione percentuale delle varie attività inserite nelle colonne precedenti (rispetto al totale della cella E 25 (e G 25 e I 25 – vedi punto successivo).

Nelle celle E 25, G 25 e I 25 verrà visualizzato il totale delle ore annue inserite per ogni singolo socio oltre a quello indicato nella colonna C-D.

Nelle colonne K –L verranno a questo punto visualizzati il totale ore (e la composizione percentuale rispetto al totale di cella K 25) necessarie allo svolgimento dell'attività come somma delle ore individuali di ognuno dei 4 soci inseriti nelle colonne precedenti.

Per ogni socio inserire nelle celle CD 27, EF 27, GH 27 e IJ27 il reddito annuo lordo (di imposte e contributi previdenziali) figurativo del lavoro del titolare e degli altri eventuali soci.

Nella cella KL 27 sarà a questo visualizzato il totale del costo del lavoro figurativo del titolare o della compagine sociale.

FOGLIO DI LAVORO: “PAREGGIO”: foglio di lavoro in cui inserire una stima o una ipotesi dell'incidenza dei costi di acquisto merce rispetto al fatturato.

Questo foglio di lavoro consente di visualizzare il conto economico nell'ipotesi del pareggio economico sulla base dei dati inseriti nei fogli di lavoro precedenti.

Inserire nella cella E 11 una cifra (esempio 45, o 35) **non espressa in valore percentuale ma in valore assoluto**, relativa all'incidenza dei costi di acquisto previsti per la merce rispetto al prezzo di vendita (ricavo): in altre parole se pensate o sapete che fatti uguale a 100 i vostri ricavi di vendita i costi di acquisto e approvvigionamento della merce sono il 45%, inserire nella cella E 11 la cifra di 55 in valore assoluto (**cioè senza digitare il simbolo di %**).

Un esempio chiarirà meglio il concetto. Se il prodotto da commercializzare costa 45 Euro (il fornitore lo vende a questo prezzo) e il ricavo, cioè il prezzo di vendita al netto dell'Iva, è di 100 Euro, significa che l'incidenza del costo di acquisto della merce rispetto al prezzo di vendita è il 45% (45 Euro sono infatti il 45% del prezzo di vendita, nell'esempio uguale a 100 Euro). **Si evidenzia ancora una volta che nella cella E 11 questa incidenza va inserita come valore assoluto e non come percentuale (nel nostro esempio sopra riportato occorrerà inserire alla cella E 11 la cifra di 45, e non la cifra di 45%)**.

Se avete o prevedete di avere dei dipendenti o dei collaboratori, inserite il loro costo aziendale (comprensivo quindi di contributi previdenziali e imposte) nella cella B 19.

A questo punto il foglio di lavoro evidenzierà un conto economico completo che, alla cella B 9, visualizza il fatturato necessario per raggiungere il pareggio economico (vale a dire coprire tutti i costi fissi inseriti, i costi di acquisto della merce e il reddito annuo lordo del/i titolare/i inserito).

4.2 - CARTELLA DI LAVORO: "CALCOLO PREZZI E MARGINI 1"

FOGLIO DI LAVORO: N. 8 FOGLI DENOMINATI A, B, C, ... H: fogli di lavoro in cui inserire i prezzi di vendita dei singoli prodotti o di categorie di prodotti al fine di calcolare i margini della propria gamma di prodotti.

Lo strumento informatico contiene 5 cartelle di lavoro come sopra denominate, all'interno di ognuna delle quali troverete 8 fogli di lavoro in cui inserire i dati per il calcolo dei margini. Le istruzioni che seguono fanno pertanto riferimento all'utilizzo di ogni foglio di lavoro fra gli 8 (A,B,C,D,E,F,G,H) presenti in ogni cartella di lavoro da "Calcolo Prezzi e Margini 1" a "Calcolo Prezzi e Margini 2".

Nella cella E-G 2 compare automaticamente il nome dell'impresa o della società.

Nella cella K 2 compare automaticamente l'anno solare cui si riferisce la compilazione.

Esclusivamente nel foglio denominato "A" Inserire nella cella E-K 3 la definizione della categoria di prodotto cui appartiene il prodotto di cui state per calcolare i margini: occorre tenere presente che avete a disposizione 40 fogli di lavoro per il calcolo dei singoli margini: ne consegue che se la vostra gamma di prodotti è superiore sarà necessario procedere a raggruppamenti dei singoli prodotti in categorie.

Inserire nella cella E-K 5 il nome del prodotto di cui si stanno per calcolare i margini.

Inserire nella cella E 7 la quantità di prodotto acquistata o che si intende acquistare per l'anno solare di cui alla cella K2.

Inserire nella cella J 7 il prezzo unitario di acquisto di ogni unità del prodotto, sulla base degli ordini di acquisto emessi o dei preventivi ricevuti dai fornitori, o in ogni caso sulla base di informazioni di mercato.

Inserire nella cella C 15 il prezzo di vendita al netto dell'Iva cui si vende o si intende vendere il prodotto in questione.

Inserire nella cella D 15 la quantità di prodotto che si ritiene di poter vendere al prezzo indicato alla cella C 15 di cui al punto precedente; tale quantità, in alcuni casi, potrebbe essere identica alla quantità acquistata e inserita nella cella E 7: in questo caso non occorre inserire altri dati. Nel caso in cui invece sia opportuno o necessario prevedere che parte del prodotto acquistato debba essere venduta a prezzi diversi (sconto, liquidazione, etc), occorre procedere nella compilazione del foglio di lavoro secondo le istruzioni che seguono.

Nel caso sia necessario prevedere che una parte della quantità di prodotto da acquistare (o acquistato) verrà venduta ad un prezzo (al netto dell'Iva) inferiore a quello indicato nella cella C 15, inserire nella cella C 17 la previsione di tale prezzo scontato di vendita e nella cella D 17 la quantità di prodotto presumibilmente vendibile a questo prezzo.

Se necessario (nel senso che occorre prevedere altri prezzi di vendita oltre i due fino ad ora definiti nelle celle C 15 e C 17), procedere in modo analogo inserendo altri due prezzi di vendita (sempre al netto dell'Iva) nelle celle C 19 e C 21 e inserendo, rispettivamente nelle celle D 19 e D 21, le quantità di prodotto che presumibilmente saranno vendute a tali prezzi. Nel caso dell'invenduto (cioè di quella parte di prodotto acquistato che rimane presso il punto vendita e nessuno acquista) a seconda del mercato in cui si opera, è opportuno inserire alla cella C 21 un prezzo di vendita (spesso anche inferiore al costo di acquisto) se esistono possibili acquirenti come nel caso dello stocchista nel settore dell'abbigliamento che acquista i capi rimasti invenduti ad un prezzo del 10-20 % del costo originario di acquisto. Se tale opportunità non si presenta nel vostro settore commerciale, ma al tempo stesso è necessario prevedere un certo numero di prodotti invenduti, dovrà essere indicato 0 nella cella C 21, mentre dovrà essere in ogni caso inserita la quantità che si prevede rimarrà invenduta nella cella D 21: un caso analogo è

quello in cui una certa quantità di prodotto costituirà necessariamente uno scarto (ad esempio nel caso di prodotti alimentari).

A questo punto nella cella D 23 verrà automaticamente visualizzato il totale dei prodotti acquistati: se tale totale è uguale a quello inserito nella cella E 7, alla cella D 24 (corrispondente al totale di controllo) apparirà zero. Nel caso in cui invece sia stato commesso un errore e siano stati inseriti nelle celle da D 15 a D 21 un numero di prodotti superiore o inferiore a quello indicato in E 7, la cella D 24 “totale di controllo” evidenzierà un numero (positivo o negativo): in questo modo sarà immediata la visualizzazione dell'errore commesso.

Arrivati a questo punto non occorre inserire altri dati per il singolo specifico prodotto, ma analizzare i dati che il foglio elettronico fornisce ora automaticamente, analisi facilitata dalle spiegazioni che seguono.

Nelle celle E 15 ed E 17,19 e 21, in corrispondenza di ogni prezzo di vendita previsto nelle colonne C e D, viene evidenziato il ricavo totale di vendita, al netto dell'Iva, dato dalla moltiplicazione del valore inserito in cella C 15 per il valore inserito in cella D 15 ad esempio per il “prezzo pieno”. Nelle celle F 15 e F 17,19 e 21 viene invece visualizzato il costo di acquisto totale per ogni fascia di prezzo di vendita prevista: tale dato è fornito dalla moltiplicazione delle quantità inserite in colonna D e il costo unitario di acquisto della cella J 7 (ad esempio nel caso del prezzo pieno la moltiplicazione di cella D 15 per cella J 7). Il costo totale di acquisto evidenziato nella cella F 23 deve essere uguale a quanto evidenziato in cella F 24; in caso contrario occorre rivedere i dati inseriti in quanto è stato sicuramente fatto un errore di inserimento.

I dati visualizzati nelle celle G 15,17,19,21, rappresentano il guadagno lordo o margine totale, dato dalla differenza tra i dati evidenziati nelle rispettive celle di colonna E e quelli di colonna F (ricavo totale – costo totale = margine totale).

Nella colonna H (Margine %) alle celle H 15,17,19,21, viene evidenziato lo stesso margine che appare in colonna G, ma espresso in termini percentuali rispetto al ricavo totale: ad esempio, se il ricavo totale di vendita di un prodotto a prezzo pieno è 1.000 Euro, se il costo di acquisto totale di quei prodotti è 400 Euro, ne consegue che la formula (ricavi totali – costi totali = margine totale) nell'esempio diventerà $1.000 - 400 = 600$; se vogliamo esprimere in termini percentuali quanto vale il margine così calcolato (600 Euro) in termini percentuali rispetto al ricavo di vendita (1.000 Euro), si dirà che 600 rappresenta il 60% di 1.000.

Nella colonna J alle celle J 15,17,19 e 21, in corrispondenza di ogni prezzo al netto di Iva inserito in colonna C, viene evidenziato il prezzo di vendita al pubblico quindi aumentato dell'Iva al 20%. Tale dato

risulta particolarmente utile al fine di valutare, ipotizzato un certo ricavo di vendita al netto dell'Iva in colonna C, se il prezzo di vendita al pubblico finale è accettabile o meno per i clienti. Infine nella colonna K viene evidenziata la % di ricarico applicata al costo di acquisto al netto dell'Iva di cella J 7 per ottenere i prezzi di vendita al pubblico di colonna J.

4.3 - CARTELLA DI LAVORO: "CALCOLO PREZZI E MARGINI 1" (2,3,4 E 5)

FOGLIO DI LAVORO:"MARGINE": foglio di lavoro che fornisce il riepilogo del margine per la categoria di prodotti.

In tale foglio di lavoro non è necessario inserire nessun dato, in quanto il programma, sulla base dei dati inseriti nei fogli da "A" a "H", illustrerà in tale foglio di lavoro la sintesi della previsione effettuata per la categoria di prodotti in questione, e più precisamente:

- alla cella C 2 verrà evidenziato il nome della società o del titolare dell'attività
- alla cella C 3 l'anno cui si riferisce la compilazione
- alla cella C4 la categoria di prodotto di cui si sono inseriti i dati
- alla cella C 8 il totale dei ricavi previsti negli 8 fogli di lavoro precedenti
- alla cella C 10 verrà evidenziato il costo di acquisto totale del costo dei prodotti previsto per l'acquisto dei prodotti inserito negli 8 fogli di lavoro precedenti
- alla cella C 12 verrà evidenziato il margine di contribuzione totale di tutti i prodotti inseriti negli 8 precedenti fogli di lavoro, dato dalla differenza tra ricavi di vendita e costo di acquisto previsto
- alle celle D 8, D 10 e D 12 gli stessi dati (ricavi totali, costo totale di acquisto e margine di contribuzione totale per categoria di prodotto) vengono espressi in termini percentuali rispetto ai ricavi.

4.4 - CARTELLA DI LAVORO: “CONTO ECONOMICO E BEP”

FOGLIO DI LAVORO: “MARGINE”: foglio di lavoro che visualizza la redditività totale a livello di Margine di contribuzione per totale azienda e per le 5 categorie di prodotti compilate

In questo foglio di lavoro non è necessario inserire dati in quanto il programma li elabora dai dati inseriti precedentemente nelle altre cartelle di lavoro.

Nella cella C 3 viene visualizzato il nome della società o del titolare dell'attività.

Nella cella C 4 viene visualizzato l'anno cui si riferisce la compilazione.

Nelle celle C,E,G,I,K 5 viene visualizzato il nome delle categorie o raggruppamenti di prodotti precedentemente compilati (vedi cartelle di lavoro “Calcolo Prezzi e Margini da 1 a 5).

Nella colonna M (Totale) viene visualizzata la sommatoria dei dati riportati nelle colonne C, E, G, I, K.

Nelle celle C, E, G, I, K 7 vengono visualizzati i ricavi totali di vendita delle categorie o raggruppamenti di prodotti precedentemente compilati (vedi cartelle di lavoro “Calcolo Prezzi e Margini da 1 a 5).

Nelle celle C, E, G, I, K 9 vengono visualizzati i costi di acquisto totali delle categorie o raggruppamenti di prodotti precedentemente compilati (vedi cartelle di lavoro “Calcolo Prezzi e Margini da 1 a 5).

Nelle celle C, E, G, I, K 13 vengono visualizzati i margini di contribuzione totali (ricavi di vendita – costi variabili) delle categorie o raggruppamenti di prodotti precedentemente compilati (vedi cartelle di lavoro “Calcolo Prezzi e Margini da 1 a 5).

Nelle colonne D, F, H, J, L, N i dati precedenti vengono esposti come incidenza percentuale rispetto ai ricavi totali di vendita.

FOGLIO DI LAVORO: “CONTO ECONOMICO”: foglio di lavoro che visualizza la redditività totale aziendale sulla base dei dati inseriti nelle cartelle di lavoro precedentemente compilate.

Nella cella C 3 viene visualizzato il nome della società o del titolare dell'attività.

Nella cella F 3 viene visualizzato l'anno cui si riferisce la compilazione.

Nella cella E 6 viene visualizzato il totale dei ricavi previsti.

Nella cella E 8 viene visualizzato il totale dei costi di acquisto previsti.

Nella cella E 11 viene visualizzato il margine di contribuzione totale come differenza tra i ricavi di vendita e il totale dei costi variabili.

Nella cella E 13 viene visualizzato il costo annuo degli ammortamenti così come definito nella cartella di lavoro “Costi fissi” al foglio di lavoro “Investimenti” alla cella F 40.

Nella cella E 14 viene visualizzato il totale dei costi fissi annui così come definito nella cartella di lavoro “Costi fissi” al foglio di lavoro “Costi fissi” alla cella C 39.

Nel caso in cui siano previsti costi per personale dipendente o per collaboratori con contratti vari a tempo determinato, è possibile inserire in questo foglio alla cella D 15 il numero dei dipendenti e alla cella E 15 il totale del costo lordo annuo di tali risorse umane.

Nella cella E 16 viene visualizzato il totale del costo del lavoro imprenditoriale così come definito nella cartella di lavoro “Costi fissi” al foglio di lavoro “costo del lavoro” nella cella KL 27: tale costo rappresenta il costo figurativo del lavoro del titolare o della compagine sociale. Vale la pena di ricordare che si tratta di un valore lordo di imposte e contributi previdenziali, come in precedenza detto; se si desidera conoscere l'importo netto di imposte e contributi corrispondente, inserire nella cella I 6 l'aliquota media Irpef corrispondente, inserire nella cella I 8 l'aliquota Irap, inserire nella cella I 13 l'aliquota dei contributi previdenziali dovuti: a questo punto nella cella I 15-16 comparirà l'importo netto corrispondente al valore lordo di cella E 16.

La cella E 18 esprime a questo punto la sommatoria dei costi fissi, data dalla somma degli ammortamenti (E 13), dei costi fissi (E14), del costo del lavoro dipendente (E 15) e del costo del lavoro imprenditoriale (E 16).

Nelle celle E 20-21 viene evidenziato a questo punto il risultato lordo annuo, dato dal margine di contribuzione (cella E 11) cui viene sottratto il totale dei costi fissi (cella E 18). E' opportuno ricordare che tale risultato si intende al lordo degli oneri contributivi e previdenziali (Inps) e degli oneri fiscali (Irpef, Ires, Irap).

Nella cella D 23 viene evidenziato il reddito annuo lordo disponibile per il titolare o per la compagine sociale: tale valore è dato dalla somma del risultato lordo aziendale (cella E 20/21) cui viene sommato il costo del lavoro imprenditoriale (cella E 16). Anche questo valore viene rappresentato al lordo degli oneri contributivi e previdenziali (Inps) e degli oneri fiscali (Irpef, Ires, Irap). Se avete inserito nella celle I 6, I 8 e I 13 le aliquote delle imposte e dei contributi previdenziali, viene visualizzato alla cella I 23 l'importo netto di tale reddito disponibile.

Tutti i dati ed i risultati fin qui commentati di colonna E e il dato di cella D 23 vengono anche visualizzati in colonna F in valori percentuali rispetto all'aggregato “ricavi previsti” di cella E 6.

Alla cella E 25 viene visualizzato il fatturato necessario per conseguire il pareggio economico, come risultanza del calcolo che il programma effettua in questa stessa cartella di lavoro al foglio di lavoro “BEP” (vedi relative istruzioni e spiegazioni alle pagine seguenti).

Nella cella E 27 viene calcolata la differenza tra il totale ricavi previsti di cella E 6 (fatturato previsto o realizzabile) e il fatturato necessario per raggiungere il pareggio economico evidenziato in cella E 25.

Quindi se il valore espresso in cella E 27 risulta positivo, significa che il fatturato previsto nella cella E 6 risulta superiore al fatturato necessario per il pareggio economico (situazione positiva); viceversa, se tale valore risulta negativo, significa che il fatturato previsto o comunque realizzabile risulta inferiore al fatturato necessario per il pareggio economico (situazione negativa).

FOGLIO DI LAVORO: “BEP”: foglio di lavoro che visualizza il fatturato necessario per raggiungere il punto di pareggio economico

Nella cella BC 1 viene visualizzato il nome della società o del titolare dell'attività.

Nella cella C 2 viene visualizzato l'anno cui si riferisce la compilazione.

Nella cella B 9 viene visualizzato il fatturato necessario per raggiungere il punto di pareggio. Occorre sottolineare che tale dato viene calcolato dal programma sulla base dei costi fissi inseriti nella cartella di lavoro “Costi fissi” in ogni foglio presente nella cartella stessa (“investimenti”, “costi fissi” e “costo del lavoro”) e sulla base del margine medio di contribuzione delle varie categorie di prodotti calcolato in base ai dati inseriti nelle cartelle di lavoro “Calcolo Prezzi e Margini da 1 a 5”: la spiegazione che segue sui vari dati visualizzati in questo foglio di lavoro consentirà di comprendere meglio il concetto.

Alla cella B 11 viene visualizzato il costo di acquisto relativo al fatturato per il pareggio evidenziato in cella B 9. Tale costo di acquisto viene calcolato applicando al fatturato per il pareggio una percentuale di incidenza media del costo di acquisto dei prodotti pari a quella calcolata dal programma ed evidenziata nel foglio di lavoro “Conto economico” alla cella F 8.

Nella cella B 14 viene visualizzato il margine di contribuzione come differenza tra il fatturato necessario per il pareggio (cella B 9) e il totale dei costi di acquisto merce (cella B 11).

Nella cella B 16 viene visualizzato il totale degli ammortamenti pari a quanto calcolato nella cartella di lavoro “Costi fissi” al foglio di lavoro “Investimenti” alla cella F 40.

Nella cella B 17 viene visualizzato il totale di costi fissi annuali così come calcolato in cella C 39 del foglio di lavoro “Costi fissi” della cartella di lavoro “Costi fissi”.

Nella cella B 18 viene visualizzato il costo del personale dipendente o dei collaboratori come inserito nella cella E 16 del foglio di lavoro “Conto economico”.

Nella cella B 19 viene visualizzato il costo figurativo del lavoro del titolare o dei titolari dell'attività così come calcolato alla cartella di lavoro “Costi fissi” nel foglio di lavoro “costo del lavoro” alla cella KL 27

A questo punto nella cella B 21 viene visualizzato il totale dei costi fissi come somma degli ammortamenti (B 16), dei costi fissi (B 17), dell'eventuale costo del personale dipendente o dei collaboratori (B 18) e del costo del lavoro del/i titolare/i (B 19).

In cella B 23 viene esposto il risultato lordo che deve essere sempre uguale a zero, a dimostrazione del fatto che il fatturato per il pareggio esposto nella cella B 9 consente di coprire il totale dei costi variabili (B 11) e il totale dei costi fissi (B 21).

Nelle celle di colonna C gli stessi dati e aggregati commentati in precedenza vengono esposti come incidenza percentuale del fatturato (B 9).

