LEZIONE 2 [05.03.21]: MODULO I – Come nasce e cosa è un'impresa

- Idea di business e suoi elementi
- Contesto esterno
- Mercato finanziario e sue articolazioni
- Ciclo della gestione (ordinaria)
- Soci e finanziatori: macro-differenze
- Diritto residuale dei soci
- Denominatori comuni
- Principio di economicità e principio di contemperamento degli interessi degli stakeholder

master COPY COPISTERIA

Un'impresa nasce da un'idea di business, che riguarda tre elementi chiave: a chi, cosa, come.
Se nasce da "a chi", nasce dalla conoscenza del target d mercato (mercato al quale ci si intende rivolgere, es. San Carlo).
Se nasce da "cosa", nasce partendo da una soluzione (prodotto che dovrà trovare il proprio mercato, es. Post-it).
Se nasce da "come", nasce dal desiderio di sfruttare meglio le competenze acquisite (es. Zara Home).
A questi tre elementi si aggiungono i canali e la comunicazione. Questi 5 elementi devono essere tra loro coerenti.
L'insieme di questi 5 elementi rappresenta il modello di business.
Il modello di business deve tener conto del contesto esterno, ossia concorrenza e ambiente.
Concorrenza:

- Diretta, imprese che offrono sistemi di offerta analoghi (es. ryanair e easyjet)
- Indiretta, imprese che offrono beni e servizi sostituti (es. ryanair e skype)
- Potenziale, imprese che attualmente non sono in concorrenza ma in futuro potrebbero diventare concorrenti (es. fornitori se decidono di espandere l'attività e fare ciò che facciamo noi)

Ambiente: insieme di forze che modificandosi richiedono degli aggiustamenti del modello di business

- Forze di mercato, mercati di approvvigionamento
- Forze macroeconomiche, es. paesi emergenti
- Trend:
    - Socio-economico
    - Tecnologico
    - Regolatori (legge, dazi)

Sistema di offerta: rappresenta ciò che l'impresa offre sul mercato, tre tipologie

- Elementi materiali, formati da
    - Prodotti (estetica, funzionalità, tecnologia)
    - Prodotti e servizi accessori
    - Gamma, formata da due elementi: ampiezza (numero di linee di un prodotto, es. camicie, jeans, maglie etc.) e profondità (numeri di varianti di quel prodotto, es. taglia, colore, modello)
- Elementi immateriali, formati da
    - Immagine del profilo
    - Status che il prodotto conferisce al cliente
- Elementi economici, formati da
    - Sistema dei prezzi
    - Tempi e modalità di consegna
    - Tempi e modalità di pagamento
    - Garanzia

master COPY

Target di mercato: a chi si offre quel prodotto e servizio
Struttura: rappresentata dall'insieme di risorse di varia natura, materiali (impianti, attrezzature) e immateriali (competenze, know-how). La struttura non riguarda solo la singola impresa, ma l'intero network nel quale l'impresa è inserita, ossia il sistema di creazione del valore (formato da diverse imprese).
Comunicazione: rientrano tutte quelle scelte relative alla pubblicità, promozione, interazione che l'impresa ha nei confronti dei clienti; è legata al sistema di offerta.
Canali: le scelte sui canali sono legate al sistema di offerta (es. cosmetico in farmacia o supermercato), le scelte sono legate da vincoli (es. compagnie aeree low-cost solo online e non in agenzia).
L'insieme di questi elementi determina il modello economico e gli effetti di natura finanziaria.
Modello economico: sistema di ricavi, cicli operativi, capitale circolante, investimenti in immobilizzazioni che deriva dalle scelte relative al modello imprenditoriale. Rappresenta le conseguenze quantitative delle scelte strategiche compiute a livello di modello di business.

Imprenditore: colui che ha avuto l'idea del business
Manager: colui che amministra-gestisce l'impresa.
Capitale: è avere mezzi monetari (soldi) da usare per acquistare dei beni e costruire la prima struttura.

- Rappresenta i mezzi con i quali mettere in piedi una struttura, questi mezzi possono essere monetari o finanziari (quando i soldi messi da parte non bastano)

Mercato finanziario: luogo ideale dove ci sono dei soggetti privati che offrono del risparmio, le imprese si rivolgono a questo mercato per avere più soldi

- È il luogo di incontro tra domanda e offerta di denaro
- Esistono degli intermediari (banche) che prendono il denaro offerto e lo girano a coloro che lo stanno domandando (imprese)
- In funzione della natura si divide in
    - Mercato creditizio (dove si trovano i depositi, i mutui)
    - Mercato mobiliare (dove si incontrano i titoli, azioni e obbligazioni)
    - Mercato assicurativo
- In funzione della durata si divide in
    - Mercato monetario, dove circolano strumenti che hanno una durata dai 12 ai 18 mesi (BOT, Buoni Ordinari del Tesoro, sono un prestito che lo Stato chiede ai cittadini, dando non solo la restituzione di quel prestito, ma anche il compenso; sono delle obbligazioni, chi li possiede è un finanziatore)
    - Mercato dei capitali, dove circolano strumenti che hanno una durata superiore ai 18 mesi (BTP, Buoni del Tesoro Pluriennali)
- In funzione dell'emissione si divide in
    - Mercati primari, dove vengono emessi per la prima volta i titoli
    - Mercati secondari, dove i titoli acquistati sul mercato primario vengono rivenduti

Deposito: prestito che faccio alle banche
Mutuo: prestito garantito da un bene immobile
Azione: parte dell'impresa di proprietà di un socio.
Socio: ha il "rischio d'impresa", consiste nel fatto che se l'impresa va male può perdere il captale investito, non c'è diritto alla restituzione.
Finanziatore: ha diritto alla restituzione.
Trasformazione: si mettono insieme risorse umane (dipendenti), materiali (impianti), finanziarie (denaro avanzato).
Acquisto: i materiali e le materie prime si acquistano sui mercati di approvvigionamento. Nel momento d'acquisto ci sarà un flusso di denaro in uscita e un flusso reale (materie) in entrata.
Le materie prime sono soggette a un processo di trasformazione fisica.
Vendita: dopo il processo di trasformazione avremo un prodotto finito che andrà sul mercato di sbocco.
B2C: Business to consumer, quando il bene acquistato rappresenta il prodotto finito per l'acquirente
B2B: Business to business, quando il bene acquistato rappresenta un prodotto intermedio per l'acquirente.
Impresa:

1. Sistema complesso e aperto: sistema significa insieme di elementi collegati; complesso perché gli elementi sono eterogenei; aperto perché l'impresa è in un contesto formato da ambiente esterno e concorrenti
2. Natura economica: l'impresa nasce da un'idea di business per realizzare un prodotto che sia adatto a soddisfare un bisogno, se è in grado di soddisfarlo ha un valore.
3. Unitario: l'impresa ha un corpo unico
4. Fine di creare valore: il valore del prodotto è superiore rispetto al valore delle risorse impiegate; l'insieme dei flussi in uscita è inferiore rispetto ai flussi in entrata, se ciò è vero allora l'impresa crea valore per la società. Un'impresa crea valore se il valore delle risorse output è maggiore del valore delle risorse input. (Non è uguale alla massimizzazione del profitto)
5. Redistribuzione della ricchezza: il valore creato serve per remunerare il personale.

Principio di durabilità: se l'impresa crea valore, si assicura di durare nel tempo e di farlo in autonomia
Principio di autonomia: l'impresa può decidere autonomamente le proprie scelte
Principio di contemperamento degli interessi: l'impresa crea valore per tutti i soggetti (stakeholders)
Principio di economicità, significa che:

- L'impresa ha costi e ricavi (ricavi > costi)
- Equilibrio entrate e uscite
- Efficacia = è essere bravo a capire quello che il mercato vorrà domani (domanda da porsi oggi!)
- Efficienza = è a parità di risorse, ottenere il massimo risultato
- $\frac{risultato\ (output)}{input}$ + principio di contemperamento degli interessi (stakeholders)

Autofinanziamento: parte di valore creato di pertinenza dei soci, i quali decidono di non prendere ma di trattenere questa parte di valore all'interno dell'impresa perché la fanno crescere (~ fondi)

LEZIONE 3 [09.03.21]: MODULO I – Fine dell'impresa, ripartizione del valore e Scopi

- Valore e max profitto
- Prima definizione di profitto e criticità
- Profitto contabile e profitto economico
- Ripartizione del valore: teoria max valore per azionisti e teoria max valore per stakeholder
- Scopi dell'impresa: mission, vision, valori e obiettivi

Costo-opportunità: mancato guadagno che sopporto per non aver investito nel mercato finanziario
Costo-opportunità del capitale: tasso minimo di rendimento che il socio avrebbe investendo quel capitale nel marcato finanziario in strumenti con lo stesso grado di rischio dell'impresa.
Profitto (π): differenza tra il prezzo di vendita (pv) e il prezzo di acquisto (pa) $\rightarrow \pi = pv - pa$

1. Problema: intervallo di tempo da considerare
   a. Breve termine $\Rightarrow$ capacità produttiva fissa, (se 12 mesi $\rightarrow$ profitto contabile)
   b. Lungo termine $\Rightarrow$ capacità produttiva variabile
2. Problema: il profitto è un concetto relativo, il prezzo di acquisto è un valore certo mentre il prezzo di vendita deriva da una stima (calcolo che dipende dalla persona che lo fa e dal momento in cui lo fa e dai criteri che utilizza). Il π deriva quindi da processi di stima del consumo di risorse per realizzare una determinata produzione in un certo intervallo temporale.
3. Problema: $\pi = pv - pa$, non tiene conto del capitale impiegato ($\neq$ capitali $\Rightarrow \neq$ profitti)
   Rapporto di efficienza $\frac{output}{input} \Rightarrow \frac{\pi contabile}{capitale\ investito}$ = profittabilità (redditività)
4. Problema: il π non tiene conto delle aspettative degli azionisti (costo-opportunità del capitale)

Profitto economico: differenza tra il profitto contabile e il costo-opportunità del capitale.
Il valore creato va a beneficio di:

- Teoria del valore degli azionisti $\Rightarrow$ massimizzare l'extraprofitto
- Teoria del valore degli stakeholder

Scopi dell'impresa, si declinano attraverso 4 concetti:

1. Mission: cosa la società perderebbe se l'impresa non esistesse (qual è il business dell'impresa?)
2. Vision: ciò che l'impresa si propone di diventare in futuro (quali traguardi vogliamo raggiungere?)
3. Valori: principi guida che ispirano e orientano in modo duraturo, stabiliscono il modo nel quale un'organizzazione dovrebbe operare
4. Obiettivi: specifici traguardi da raggiungere, sono espressi in una logica "triple bottom line" (impatto economico-finanziario, impatto ambientale, impatto sociale)

Pourpose aziendale: ragioni profonde che giustificano la nascita dell'impresa. Non è il fine, ma la ragione profonda per cui l'impresa è nata e ha ragione di esistere.

	Bassa rivalità	Alta rivalità
Alta escludibilità	Beni di club (palestra)	Beni privati (capo abbigliamento)
Bassa escludibilità	Beni pubblici (accesso piazza)	Beni comuni (pascolo, pesca)

Escludibilità: chi può escludere chi // Rivalità: consumo con l'uso
Bene comune ≠ Beni comuni
Bene comune = $(beni\ pubblici) \times (beni\ privati) \times (beni\ comuni)$
Bene totale = $(beni\ pubblici) + (beni\ privati) + (beni\ comuni) \rightarrow$ ragionamento società moderne

LEZIONE 4 [12.03.21]: MODULO I – Responsabilità di impresa

- Ancora su profitto contabile e profitto economico
- Profitto economico: profitto normale e extra-profitto
- Stakeholder e soggetto giuridico
- Trade-off nelle decisioni
- Responsabilità di impresa: approcci ed etiche collegate

Annacquamento: un profitto annacquato è un profitto "gonfiato" rispetto alla reale situazione.
Profitto contabile = $pv - pa = (Ricavi - Costi)$ del periodo → non include il concetto di costo opportunità
Profitto economico = $(pv - pa) - costo\ opportunità\ del\ capitale$ → include le aspettative di chi ha investito capitale
Profitto normale: se il profitto contabile eguaglia il costo opportunità del capitale
Extra profitto: se il profitto contabile è superiore al costo opportunità del capitale
Costi: ciò che l'impresa ha sostenuto per acquistare una risorsa senza considerare il costo opportunità di quella risorsa
Organigramma: schema che fa capire chi comanda e chi è comandato
Budget: previsioni numeriche, obiettivi che ci aspettiamo l'anno seguente
Quota di mercato: percentuale di un segmento di mercato servito dall'azienda stessa.
Forza di vendita: insieme dei dipendenti che si occupa delle vendite
Trade-off: situazione di out out, o l'uno o l'altro. Vengono fatte delle scelte (compromessi), quindi ne escludo altre.
Soggetto giuridico: "persona" fisica (persona) o giuridica (società) che assume la titolarità dell'impresa, risponde davanti alla legge di ciò che l'impresa ha fatto o non ha fatto.
Stakeholder: soggetto o portatore di interesse
Shareholder: soci
Azionisti: soci di società con azioni, portano capitale proprio, rischiano in proprio e la remunerazione che ottengono è un dividendo (una parte di utile proporzionata alla "dimensione" dell'azione)
Lavoratori: tutti i dipendenti con varie tipologie di contratto che prestano la loro attività all'interno dell'impresa.
Lavoro, ha due dimensioni:

1. Acquisitiva: lavoro giusto, stipendio che mi consente di vivere
2. Espressiva: lavoro decente, in cui l'uomo sviluppa il suo potenziale (può farlo solo lavorando)

Reddito = $pv - pa$ → può essere positivo (utile, profitto) o negativo (perdita)
Stoke option: partecipazione all'utile (è una forma di incentivo per ad esempio i manager)
Incentivo: lo concedo per indurre a fare il bene dell'impresa (es. al manager); porta una distorsione in pa, tale da massimizzare l'utile. Posso abbassare i costi rimandando gli investimenti (logica di breve termine).
L'incentivo è ex-ante, il premio è ex-post.
Responsabilità d'impresa, tre approcci evolutivi:

1. Filantropia → utilitarismo: faccio per ottenere la massima utilità. Mondo della donazione.
   La felicità non si basa sul bene totale ma sul bene comune (quindi non si basa sull'utilità)
   Declina la responsabilità in senso negativo
2. Responsabilità sociale d'impresa → contrattualismo: faccio ciò che c'è scritto nel mio contratto
   Declina la responsabilità in senso negativo
3. Responsabilità civile d'impresa → etica civile: faccio ciò che è giusto (anche oltre il contratto)
   Declina responsabilità in senso positivo

Donazione ≠ Dono
Donazione: dare, è simile a un regalo, il suo valore è il valore dell'oggetto donato
Dono: pone interesse sull'essere, il suo valore sta nella relazione che lega chi dona e chi riceve; è un dare senza perdere e un prendere senza togliere.
Needsholder: portatori di bisogni.

LEZIONE 5 [16.03.21]: MODULO II – Perimetro del modello contabile

- Modello contabile vs. Modello del valore
- Obiettivo del modello contabile
- Vita dell'impresa: fasi e ipotesi
- Periodo amministrativo ed esercizio
- Gestione ordinaria e gestione straordinaria
- Principio di identità giuridica
- Forme di cessazione

Bilancio: rappresenta lo stato di salute di un'impresa, richiede un misuratore (indice), prendo in considerazione tutto ciò che è esprimibile in moneta (€). Problemi:

1. Qual è il misuratore? Possibili misuratori:
   - Soldi: non sono un buon misuratore perché sono il risultato di pagamenti o riscossioni effettuati, oggi ho molti soldi (magari perché non ho fatto un investimento), domani potrei non averli perché li ho investiti. Concetto molto volatile.
   - Valore delle azioni: non sono un buon misuratore perché non tutte le società le hanno e perché dipendono da elementi di mercato.
   - Reddito: buon misuratore, ha un valore relativo perché deriva da una somma algebrica tra dei costi (pa) e ricavi (pv) che contengono valori variabili.
2. In che periodo calcolo il reddito contabile? Breve termine o lungo termine?
   - Lungo termine (non va bene): il denaro cambia nel tempo, necessita di attualizzazione, non è utile
   - Breve termine: non esiste il problema dell'attualizzazione, quindi va bene.
     Considero un intervallo di breve periodo di 12 mesi (periodo amministrativo, anno contabile)

Modello contabile, o modello di bilancio:

- È obbligatorio per legge, si riferisce alla fase di funzionamento, prende a riferimento un periodo amministrativo e in questo periodo analizza solo le operazioni di gestione esterna
- Guarda a quello che è successo attraverso due grandezze, il reddito e il capitale (dotazione di risorse che l'impresa ha)
- Obiettivo: seguire le operazioni di gestione che "cadono" in un periodo di tempo in modo da misurare l'impatto sulla ricchezza (= capitale)

Modello del valore:

- Interpreta il valore creato come flussi netti di cassa generabili in futuro
- Non è obbligatorio per legge
- È complementare al modello contabile

Stato patrimoniale: è il prospetto che mette in evidenza il capitale iniziale e finale
Conto economico: spiega le motivazioni, mette in evidenza la sintesi dei flussi (positivi e negativi)
Principio dell'identità giuridica: tutti i fatti di gestione devono essere interpretati dal punto di vista dell'impresa.
Fase pre-aziendale // fase di funzionamento // fase straordinaria o fase terminale // fase di funzionamento o stop.
Fase di funzionamento:

- Comprende la fase istituzionale di impianto, l'inizio dell'impresa e la fase a regime (ovvero la quotidianità dell'impresa)
- È l'arco temporale di vita di un'impresa in cui vale l'ipotesi di funzionamento: consapevolezza che durante la fase di funzionamento l'impresa funziona e nel periodo successivo l'impresa continuerà a funzionare; riguarda il criterio di stima.

I costi di impianto vengono sostenuti nella fase istituzionale.
Fase straordinaria: ci sono operazioni di gestione straordinaria, che interrompono la fase di gestione dell'impresa.
Fase terminale: può essere la vendita dell'impresa, o, in modo più drastico, la liquidazione
Bilancio di esercizio: fatto in ipotesi di funzionamento, si ha il capitale di funzionamento
Bilancio di cessione: cambia il valore dei fattori perché sono in ipotesi di cessione
L'ipotesi influisce sui criteri di valutazione con i quali si effettuano le stime dei fattori che formano il capitale.
Cambiando i criteri di valutazione, cambiano le stime e, dunque, il valore monetario attribuito al capitale.
Esercizio: operazioni di gestione che cadono in un periodo amministrativo.