

GLOSSARIO – ELENCO DEI TERMINI USATI

[illegible]

	s'intende la quantità richiesta dal mercato e dai consumatori di un certo bene o servizio, dato un determinato prezzo e quanto spenderebbero se tale prezzo variesse.		Organizzazioni del settore
Domanda unità di lavoro	Unità di lavoro che l'azienda dovrebbe assumere in relazione all'andamento della produttività e del mercato.	Unità di lavoro necessarie, oltre gli addetti, per mantenere livelli di produzione e <u>Produttività</u> che il modello ha simulato.	Generata dal modello
EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization)	<p>Rappresenta l'utile prima degli interessi passivi, imposte e ammortamenti su beni materiali e immateriali). L'<i>EBITDA</i>, risulta utile per comparare i risultati di diverse aziende che operano in uno stesso settore attraverso i multipli comparati (utili in fase di decisione del prezzo in un'offerta pubblica iniziale). È spesso utilizzato poiché è molto simile al valore dei flussi di cassa prodotti da una azienda, e quindi fornisce l'indicazione più significativa al fine di valutarne il valore. Può essere inoltre utilizzato per calcolare il risultato operativo di un'azienda, partendo dall'utile lordo, togliendo le imposte, gli ammortamenti, i deprezzamenti e gli interessi dell'azienda. Se i costi saranno maggiori dei ricavi, si avrà una perdita, rispettivamente se figureranno dei ricavi maggiori dei costi, si avrà un utile. L'<i>EBITDA</i> è un dato più importante dell'utile per gli analisti finanziari perché permette di vedere chiaramente se l'azienda è in grado di generare ricchezza tramite la gestione operativa, escludendo quindi le manovre fatte dagli amministratori dell'azienda (ammortamenti e accantonamenti, e gestione finanziaria) che non sempre danno una visione corretta dell'andamento aziendale.</p> <p><i>EBITDA</i> inferiore al 10% del fatturato: indicano un prodotto povero, azienda indebitata. <i>EBITDA</i> tra il 10% e il 15%: discreto risultato; <i>EBITDA</i> tra il 15% ed il 20%: buon risultato; <i>EBITDA</i> superiori al 20%: aziende che eccellono nel loro settore per tecnologia, marketing, servizio o per altri elementi particolarmente distintivi.</p> <p>Tuttavia questo schema diverge da settore a settore, per esempio: a) <i>le imprese di distribuzione all'ingrosso</i> mostrano invece valori dell'indice solitamente inferiori nell'ordine di 7-10 punti percentuali rispetto a quanto detto per le aziende industriali; b) <i>le imprese di distribuzione al dettaglio</i> hanno solitamente un <i>EBITDA</i> inferiore di altri 1-2 punti percentuali rispetto alla distribuzione all'ingrosso; c) per le <i>imprese di servizi</i> i valori medi dell'indice sono aumentati di 5 punti percentuali rispetto alle aziende industriali.</p>	Indicatore che fa parte del <u>Quadro generale della performance aziendale</u> , il quale ha lo scopo di illustrare e di tenere sotto controllo i principali indicatori aziendali.	Banca dati AIDA
Esuberi	Personale dipendente in eccesso nell'impresa.	Il dato è generato automaticamente dal modello in relazione all'andamento della <u>Produttività</u> e dei <u>Volumi di mercato</u> .	Generati dal modello
Fatturato	v. <i>Ricavi delle vendite</i> .		

Fornitura	Si intendono i <u>Costi di produzione per materie prime, sussidiarie</u> .	Serve a determinare l' <u>Indotto congiunturale</u> e l' <u>Indotto strutturale</u> .	Conto economico voce B-6) e B-7)
Godimento beni di terzi	L'impresa, nello svolgere la propria attività, si serve a vario titolo di beni che non sono di sua proprietà per i quali è tenuta a pagare un compenso. Per questa ragione nel piano dei conti di ogni impresa sono presenti alcuni conti che servono a rilevare i costi sostenuti dall'impresa per il <u>Godimento dei beni di terzi</u> .	Il dato entra nel calcolo dell' <u>Innovazione di processo</u> .	Conto economico voce B-8)
Immatricolati Aziendali, percentuale	Percentuale delle quantità vendute, in un periodo di tempo dato, in rapporto al totale delle vendite dell'insieme delle imprese operanti in un mercato.	Percentuale delle quantità fisiche vendute da un'azienda sul complesso delle quantità fisiche vendute da tutte le imprese.	
Immatricolazioni aziendali	Quantità vendute, in un periodo di tempo dato, registrate da un organismo sovra aziendale.	Il dato è utile per conoscere le quantità fisiche vendute.	Organizzazioni del settore
Indotto congiunturale	Attività economico-produttiva generata in altre imprese con caratteristiche temporanee e limitate nel tempo.	Acquisti determinati da picchi produttivi o dalla stagionalità della produzione.	Generato dal modello
Indotto strutturale	Attività economico-produttiva generata in altre imprese o industrie da un'impresa o un'industria data. Si intende strutturale quella che sistematicamente si verifica negli anni al netto delle strategie aziendali di internalizzazione e al lordo delle strategie di esternalizzazione.	Togliendo alla <u>Fornitura</u> l' <u>Indotto congiunturale</u> si ha l' <u>Indotto strutturale</u> .	Generato dal modello
Indotto territoriale	Attività economico-produttiva generata in altre imprese territorialmente contigue all'impresa principale. In questa sede intendiamo le attività economiche-produttive che si realizzano nella medesima regione ove opera l'impresa che determina tale indotto.	Somma delle stime degli acquisti sul territorio di <u>Indotto strutturale</u> e <u>Indotto congiunturale</u> .	Stima dell'operatore e generato dal modello
Innovazione di processo	L'introduzione di un metodo di produzione o di fornitura nuovo o significativamente migliorato, che includa cambiamenti nelle tecniche, nelle attrezzature e/o nel software.	<i>v. Ammortamento beni materiali</i>	
Innovazione di prodotto	Introduzione di cambiamenti relativi a prodotti al fine di alterare lo status quo del confronto competitivo, mettendo in discussione i rapporti di forza già instaurati. E' una delle principali fonti del vantaggio competitivo. Attraverso l'innovazione le imprese cercano di trasformare l'elevata competizione e l'intensa complessità dei fenomeni ambientali in opportunità da cogliere.	<i>v. Ammortamento beni immateriali</i>	
Innovazione di prodotto M	Indicatore della media di innovazione di prodotto in un determinato mercato e in un determinato anno.	Percentuale della somma degli scarti annuali delle principali imprese che competono in un mercato.	Banca dati AIDA
Investimenti	<i>v. Innovazione di prodotto</i> <i>v. Innovazione di processo</i> <i>v. Innovazione di prodotto M</i>		
Lavoratori in forza	<i>v. Addetti</i>		
Marchio	<i>v. Reputazione</i>		
MOL (Margine Operativo Lordo)	E' un indicatore di redditività che evidenzia il reddito di un'azienda basato solo sulla sua gestione caratteristica, al lordo, quindi, di interessi (gestione finanziaria), tasse (gestione fiscale), deprezzamento di beni e ammortamenti. Il <i>MOL</i> è un dato più importante dell'utile per gli analisti finanziari perché permette di vedere chiaramente	Può essere usato per il calcolo della <u>Produttività</u> .	Banca dati AIDA

	se l'azienda è in grado di generare ricchezza tramite la gestione operativa, escludendo quindi le manovre fatte dagli amministratori dell'azienda (ammortamenti e accantonamenti, ma anche la gestione finanziaria) che non sempre danno una visione corretta dell'andamento aziendale.		
Numero dei dipendenti	v. <i>Addetti</i>		
Produttività	<p>La produttività può essere definita in via approssimativa come il rapporto tra la quantità di <i>output</i> e le quantità di uno o più <i>input</i> utilizzati per la sua produzione. Essa assolve la funzione di indice di cambiamento tecnologico, di efficienza produttiva e di competitività, interna e internazionale. Da tale punto di vista un aumento di produttività può essere visto genericamente come un risparmio di input in termini fisici, sia esso dovuto a progresso tecnico, miglioramento dell'efficienza produttiva ricollegabile ad economie di scala, riduzione della capacità produttiva inutilizzata o ad altro. Escluso il caso in cui si abbia un solo input di produzione e un solo output, caso in cui è facilmente calcolabile la produttività in termini fisici, il calcolo della produttività porta necessariamente con sé il calcolo di indici delle quantità e dei particolari pesi da adottare nella ponderazione dei singoli output o input da aggregare. A livello settoriale, si è soliti usare come misura della produttività dell'industria il valore aggiunto per lavoratore o ora lavorata. Il valore aggiunto viene di solito preferito alla produzione lorda settoriale perché la produttività calcolata sulla base della produzione lorda risulta influenzata dal livello di integrazione verticale. Nonostante sia molto diffuso, soprattutto per via della facilità con cui è possibile reperire i dati e calcolarlo, il rapporto valore aggiunto-lavoro soffre di diversi limiti come indice di produttività settoriale. In particolare, da un lato tiene conto di un solo fattore di produzione, il lavoro; dall'altro non riesce a rendere conto della generale interdipendenza delle industrie, ma considera i singoli settori economici implicitamente come modelli di produzione verticalmente integrati. Per questo, laddove possibile, gli vengono preferiti altri indici. La <i>produttività media</i> misura la produzione totale per unità di fattore utilizzato. La produttività media del lavoro può essere calcolata come rapporto fra il fatturato o il <i>Margine Operativo Lordo (MOL)</i> e il numero di persone occupate. Abbiamo anche in questo caso due soluzioni:</p> <p>la A) laddove abbiamo solo valori monetari; e</p> <p>la B) laddove sono disponibili quantità fisiche di prodotto.</p>	Per il calcolo della <u>Produttività/Rendimento dei dipendenti</u> si può usare il <u>MOL</u> o i <u>Ricavi delle vendite</u> divisi per il <u>Numero dei dipendenti</u> nel caso che si abbiano a disposizione i soli valori monetari; oppure <u>le Quantità vendute</u> divise per il <u>Numero dei dipendenti</u> .	Bilanci aziendali
Quota volume venduti	Percentuale delle quantità vendute, in un certo periodo di tempo, in relazione al mercato di riferimento.	Per l'anno 0 il dato è inserito dall'operatore. Per gli anni 1 e 2 viene automaticamente generata dal	Organizzazioni del settore.

		modello.	Informazioni aziendali.
Reputazione	Tra i primi a trattare l'argomento in ambito economico si annovera A. Marshall, che nel 1923 sollevò il tema all'interno del rapporto tra notorietà e prezzo. Una ventina d'anni dopo, nel 1951 H. Simon affronta l'argomento in relazione ai suoi studi sulle politiche del personale. La questione venne organicamente affrontata a partire dagli anni Sessanta. Tra gli autori più autorevoli si possono citare G. Stigler, che la definì "persistenza della qualità": "Reputation is a word which denotes the persistence of quality, and reputation commands a price (or exacts a penalty) because it economizes on search", oppure C. Shapiro secondo cui "it has long been recognised that a firm which has a good reputation owns a valuable asset", o D. Kreps che dedicò alla reputazione e ai rischi reputazionali parte dei suoi studi microeconomici. Importanti i lavori di B. Klein e K. Leffler intorno al loro modello "On contracts between producers and consumers regarding product quality" del 1981. Grande impulso alla ricerca avvenne negli anni Novanta a seguito della decisione del Comitato di Basilea di porre, con Basilea 2, il rischio reputazionale tra i rischi da monitorare a livello bancario	Indicatore che rinforza la competitività aziendale.	<i>Elaborazione in progress (Università di Siena)</i>
Reputazione M	Indicatore della reputazione media delle aziende che agiscono in quel settore e in quel mercato di riferimento.	Valore medio della Reputazione delle imprese operanti in un determinato mercato. Costituisce un punto di riferimento.	<i>Elaborazione in progress (Università di Siena)</i>
Ricavi delle vendite	Nel Conto Economico alla voce <i>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</i> , vengono indicati i ricavi conseguiti in seguito alla vendita di prodotti e merci, nonché quelli relativi alle prestazioni di servizi inerenti alla gestione caratteristica dell'impresa, indicati per competenza. Tali valori devono essere segnalati al netto di resi, abbuoni, premi, imposte connessi con la vendita, nonché al netto di sconti commerciali.	Associabile al <u>Fatturato</u> ; può essere utilizzato per il calcolo della <u>Produttività</u> .	Conto economico voce A-1)
Rimanenze	Nello Stato Patrimoniale vi sono una serie di voci: <ul style="list-style-type: none"> ▪ C.I.1: Materie prime, sussidiarie e di consumo ▪ C.I.2: Prodotti in corso di lavorazione e semilavorati ▪ C.I.3: Lavori in corso e su ordinazione ▪ C.I.4: Prodotti finiti e merci che costituiscono il valore del magazzino a fine anno. Nei momenti di congiuntura sfavorevole l'azienda utilizza il magazzino diminuendo gli acquisti, oppure per effetto di meccanismi gestionali di just in time si ha un uso più razionale degli acquisti.	Servono a rettificare la voce <u>Fornitura totale</u> (Acquisti) per effetto della diminuzione della produzione o per riorganizzazioni produttive (just in time).	Stato Patrimoniale voce C.I.
ROE (Return On Common Equity)	Esprime in massima sintesi i risultati economici dell'azienda. È un indice di percentuale per il quale il reddito netto prodotto viene rapportato al capitale netto o capitale proprio, ossia alla	Indicatore che fa parte del <u>Quadro generale della performance aziendale</u> , il quale ha lo scopo di illustrare e di tenere sotto controllo i principali indicatori aziendali.	

	condizione di produzione di diretta pertinenza. Per poter dire se un dato valore di <i>ROE</i> è buono o cattivo bisogna metterlo a confronto con il rendimento di investimenti alternativi (BOT, CCT, depositi bancari, ecc.), cioè valutare il costo opportunità dell'investimento nell'azienda in questione.		Banca dati AIDA
ROI (Return On Investment)	Indica la redditività e l'efficienza economica della gestione caratteristica a prescindere dalle fonti utilizzate: esprime, cioè, quanto rende il capitale investito in quell'azienda. In particolare si rileva come nella determinazione della redditività aziendale rivesta un ruolo fondamentale la redditività della gestione caratteristica sintetizzata dall'indice di redditività del capitale investito - <i>ROI</i> , calcolato rapportando il Reddito operativo al Capitale investito. E' a livello di gestione caratteristica che si pongono le basi per una redditività aziendale soddisfacente e duratura. Il <i>ROI</i> sintetizza l'efficienza con la quale si è utilizzato il capitale impiegato nell'attività tipica dell'impresa, indipendentemente da come la stessa è stata finanziata. Il reddito operativo, quale numeratore del rapporto, è infatti il risultato derivante dal contrapporsi di ricavi e costi legati alla gestione caratteristica dell'impresa; esso viene perciò influenzato solo dalle politiche intraprese per il reperimento e l'impiego dei fattori di produzione e per la commercializzazione dei prodotti.	Indicatore che fa parte del <u>Quadro generale della performance aziendale</u> , il quale ha lo scopo di illustrare e di tenere sotto controllo i principali indicatori aziendali.	Banca dati AIDA
Unità di lavoro	v. <i>Addetti</i>		
Valore aggiunto (o plusvalore)	E' la misura dell'incremento di valore che si verifica nell'ambito della produzione e distribuzione di beni e servizi grazie all'intervento dei fattori produttivi: capitale e lavoro. L'impresa acquista beni e servizi necessari a produrre altri beni e servizi. La differenza tra il valore finale dei beni e servizi prodotti e il valore dei beni e servizi acquistati per essere impiegati nel processo produttivo è il valore aggiunto. Pertanto si può dire che esso è una misura dell'incremento lordo del valore risultante dell'attività economica cioè nel processo di trasformazione delle materie prime iniziali in prodotto finale. Può essere osservato in tre modi differenti, ma tra di loro equivalenti: dal punto di vista della produzione, sottraendo al valore dei beni e servizi prodotti il valore dei beni e servizi necessari per produrli; osservando come i redditi vengono distribuiti ai fattori della produzione; sommando il valore dei beni e servizi venduti al consumatore finale, osservando cioè la spesa. Il valore aggiunto dei beni e servizi venduti sul mercato viene valutato in base ai prezzi di vendita praticati. Si parla quindi di <i>Valore Aggiunto</i> ai prezzi di mercato.	Il <u>Valore aggiunto</u> (oppure il <u>MOL</u>) entra nel calcolo della <u>Produttività</u> .	Banca dati AIDA
Valore della produzione	Consiste nei <u>>Ricavi delle vendite</u> ai quali si aggiungono la <u>Variazione delle rimanenze</u> , le <u>Variazioni dei lavori in</u>	Entra nel calcolo della <u>Produttività</u> .	Conto economico voce

	<u>corso e gli Incrementi delle immobilizzazioni.</u>		A)
Valore medio produzione	Laddove sono disponibili le quantità prodotte e queste sono sufficientemente omogenee, è possibile definire un valore medio standard per unità prodotta.	Si tratta di dividere il <u>Fatturato</u> per i <u>Volumi aziendali venduti</u> , il risultato ottenuto dividerà il <u>Valore della produzione</u> , ottenendo in tal modo il dato desiderato. Nel caso in cui le quantità fisiche non siano individuabili o scarsamente significative, viene inserito 1.	Banca dati AIDA
Valore quota volumi aziendali	Corrisponde, per approssimazione, ai Ricavi delle vendite e delle prestazioni (fatturato).	Si tratta di inserire il dato relativo ai Ricavi delle vendite e delle <u>prestazioni</u> per l'anno 0. Per gli anno 1 e 2 il modello genererà i valori stimati.	Banca dati AIDA
Volume di mercato	Quantità di prodotti che l'insieme delle aziende che operano in un determinato mercato, in un periodo di tempo dato, hanno venduto.	Si tratta di inserire i dati relativi alle quantità fisiche domandate dal mercato di riferimento per l'anno 0. Per l'anno 1 e 2 vanno stimate. Qualora le quantità fisiche non siano calcolabili si tratta di inserire i relativi valori monetari.	Organizzazioni del settore e stime secondo un modello predisposto <u>ad hoc</u> .
Volumi aziendali venduti	Quantità di prodotti venduti da un'azienda in un determinato periodo di tempo.	v. <i>Valore quota volumi</i>	
Volumi prodotti	Quantità di output che un'azienda ha prodotto in un certo periodo di tempo. E' possibile ricavare il dato se la produzione aziendale è sufficientemente omogenea o sufficientemente tale (azienda monoprodotto), e rivolta spesso al consumatore finale.	Si tratta di dividere il <u>Valore della produzione</u> per il <u>Valore medio della produzione</u> . In altri casi, aziende pluriprodotto, il modello individua calcoli alternativi.	Bilancio aziendale