

Esame di Stato 2015
Istituto Tecnico - Settore economico
Indirizzo Amministrazione, Finanza e Marketing
Articolazione Relazioni internazionali per il marketing
Svolgimento Tema di Economia aziendale e geo-politica

PRIMA PARTE

Il tema assegnato per la seconda prova di Economia aziendale e geo-politica (nell'Articolazione Relazioni internazionali per il marketing) è incentrato, nella prima parte, sulla redazione dello Stato patrimoniale e del Conto economico in forma sintetica e di due punti della Nota integrativa; nella seconda parte sull'analisi finanziaria del bilancio, sul budget economico, sulle operazioni d'importazione ed esportazione e sul business plan.

SECONDA PARTE

Dalla Relazione sulla gestione al bilancio di Alfa spa al 31/12/2014 si desumono le seguenti informazioni:

- la diminuzione del fatturato;
- il maggior costo sostenuto per l'acquisto delle materie prime;
- la diminuzione delle rimanenze finali di materie prime;
- l'utile dell'esercizio di 102.000 euro;
- l'aumento dei costi per servizi e dei costi per il lavoro;
- il miglioramento del patrimonio circolante netto;
- il 60% degli impieghi rappresentato dalle immobilizzazioni;
- l'indipendenza dai finanziatori rappresentata dal grado di capitalizzazione maggiore di 1;
- gli indici di redditività ROE 6%, ROI 8% e ROS 7%;
- il sostenimento di costi di ricerca e sviluppo;
- l'avvio della costruzione interna di un impianto;
- il sostenimento di costi per consulenze e assicurazioni;
- l'aumento del Fondo svalutazione dei crediti;
- l'aumento della dilazione di pagamento concessa ai clienti.

Per la redazione del bilancio al 31/12/2014 utilizziamo l'utile dell'esercizio 102.000 euro e il ROE 6% e risaliamo al capitale proprio 1.700.000 euro. Il patrimonio netto ammonta a euro (1.700.000 + 102.000) = 1.802.000 euro

Il grado di capitalizzazione evidenzia una indipendenza dai finanziatori per cui ipotizziamo il capitale di debito minore del capitale proprio e pari a 1.398.000 euro; di conseguenza il totale fonti risulta 3.200.000 euro. Risaliamo all'attivo immobilizzato (60% degli impieghi) 1.920.000 euro; per differenza con il totale degli impieghi, ricaviamo l'attivo corrente 1.280.000 euro. Lo Stato patrimoniale sintetico riclassificato risulta:

Stato patrimoniale sintetico riclassificato

Impieghi	2014	Fonti	2014
Attivo immobilizzato	1.920.000	Patrimonio netto	1.802.000
Attivo corrente	1.280.000	Debiti a media e lunga scadenza	397.404
		Debiti a breve scadenza	1.000.596
Totale impieghi	3.200.000	Totale fonti	3.200.000

Utilizziamo il ROI e ricaviamo il reddito operativo:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Reddito operativo}}{\text{Totale impieghi}} \times 100 = 8\%$$

da cui sostituendo il totale impieghi

$$\text{ROI} = \frac{x}{3.200.000} \times 100 = 8\%$$

il reddito operativo ammonta a 256.000 euro.

Utilizziamo il ROS e ricaviamo le vendite:

$$\text{ROS} = \frac{\text{Reddito operativo}}{\text{Ricavi di vendita}} \times 100 = 7\%$$

da cui sostituendo il reddito operativo

$$\text{ROS} = \frac{256.000}{x} \times 100 = 7\%$$

otteniamo le vendite di 3.657.143 euro.

Ipotizzato A) Valore della produzione formato da:

- ricavi delle vendite e delle prestazioni 3.670.000 euro (costituite da vendite 3.657.143 euro e lavorazioni per conto terzi 12.857 euro);
- incremento di immobilizzazioni per la costruzione interna di impianti 90.000 euro;
- variazioni rimanenze prodotti – 20.000 euro.

Il Conto economico sintetico dell'esercizio 2014 risulta:

Conto economico sintetico dell'esercizio 2014

A) Valore della produzione	3.740.000
B) Costi della produzione	3.484.000
Differenza (A – B)	256.000
C) Proventi e oneri finanziari	-73.484
D) Rettifiche di valore di attività finanziarie	-
E) Proventi e oneri straordinari	-18.000
Risultato prima delle imposte	164.516
Imposte sul reddito dell'esercizio	62.516
Utile dell'esercizio	102.000

I valori delle immobilizzazioni, dei fondi ammortamento e dei relativi ammortamenti dell'esercizio 2014 risultano dalle **tabelle della Nota integrativa riguardanti le immobilizzazioni**.

Immobilizzazioni immateriali	Costo originario	Fondo ammortamento	Valore di bilancio
Costi di ricerca, di sviluppo e di pubblicità (coeff. amm. 20%)			
Importo all'1/1/2014	50.000	10.000	40.000
Ammortamento		10.000	
Importo al 31/12/2014	50.000	20.000	30.000

Immobilizzazioni materiali	Costo originario	Fondo ammortamento	Valore di bilancio
Terreni e fabbricati (coeff. amm. 4%) (*)			
Importo all'1/1/2014	500.000	150.000	350.000
Ammortamento		14.000	

Importo al 31/12/2014	500.000	164.000	336.000
Impianti e macchinari (coeff. amm. 15%)			
Importo all'1/1/2014	1.800.000	540.000	1.260.000
Ammortamento		270.000	
Importo al 31/12/2014	1.800.000	810.000	990.000
Attrezzature industriali e commerciali (coeff. amm. 18%)			
Importo all'1/1/2014	920.000	328.400	591.600
Ammortamento		165.600	
Importo al 31/12/2014	920.000	494.000	426.000
Altri beni (coeff. amm. 20%)			
Importo all'1/1/2014	120.000	48.000	72.000
Ammortamento		24.000	
Importo al 31/12/2014	120.000	72.000	48.000

(*) valore dell'edificio 350.000 euro

È in fase di realizzazione interna un nuovo impianto per automatizzare l'ultima fase della produzione; a fine esercizio l'impianto in costruzione viene valutato 90.000 euro.

Nella **tabella della Nota integrativa riguardante la movimentazione delle voci del Patrimonio netto** nell'esercizio 2014 è stato ipotizzato il conseguimento di un utile d'esercizio di 136.000 euro nell'esercizio 2013.

	Capitale sociale	Riserva legale	Altre riserve	Utile dell'esercizio	Totale
Importo all'1/1/2014	1.400.000	200.000	90.000	136.000	1.826.000
Accantonamento a riserve		6.800	3.200	-10.000	-
Dividendi agli azionisti				-126.000	-126.000
Utile dell'esercizio				102.000	+102.000
Totale al 31/12/2013	1.400.000	206.800	93.200	102.000	1.802.000

La destinazione dell'utile dell'esercizio è stata la seguente:

	2014	2013
Utile dell'esercizio	102.000	136.000
Riserva legale	5.100	6.800
Riserva straordinaria	5.900	3.200
Dividendi	91.000	126.000

Dividendo lordo unitario corrisposto agli azionisti:

esercizio 2013: euro (126.000 : 140.000 azioni) = euro 0,90

esercizio 2014: euro (91.000 : 140.000 azioni) = euro 0,65

Stato patrimoniale sintetico riclassificato a stati comparati

Impieghi	2014	2013	Fonti	2014	2013
Attivo immobilizzato	1.920.000	2.313.600	Patrimonio netto	1.802.000	1.826.000
Attivo corrente	1.280.000	1.186.400	Debiti a media e lunga scadenza (*)	397.404	600.000
			Debiti a breve scadenza	1.000.596	1.074.000
Totale impieghi	3.200.000	3.500.000	Totale fonti	3.200.000	3.500.000

(*) I debiti a medio/lungo termine sono costituiti da:

	2014	2013
TFR	255.404	200.000
Mutuo	142.000	400.000
Totali	397.404	600.000

Conto economico sintetico dell'esercizio 2014

	2014	2013
A) Valore della produzione	3.740.000	3.810.000
B) Costi della produzione	3.484.000	3.411.000
Differenza (A – B)	256.000	399.000
C) Proventi e oneri finanziari	-73.484	-117.645
D) Rettifiche di valore di attività finanziarie	-	-
E) Proventi e oneri straordinari	-18.000	-62.000
Risultato prima delle imposte	164.516	219.355
Imposte sul reddito dell'esercizio	62.516	83.355
Utile dell'esercizio	102.000	136.000

SECONDA PARTE

1. Analisi finanziaria del bilancio

Il *primo punto a scelta* richiede la relazione sulla situazione finanziaria di Alfa spa.

L'analisi finanziaria esamina la capacità dell'azienda di fronteggiare il fabbisogno finanziario senza compromettere l'equilibrio economico della gestione; si realizza utilizzando i dati tratti dallo Stato patrimoniale riclassificato secondo criteri finanziari tenendo conto della destinazione dell'utile.

Stato patrimoniale riclassificato secondo criteri finanziari (tenendo conto della destinazione dell'utile)

<i>Impieghi</i>	2014	2013	<i>Fonti</i>	2014	2013
Attivo immobilizzato	1.920.000	2.313.600	Capitale proprio	1.711.000	1.700.000
Attivo corrente	1.280.000	1.186.400	Debiti a media e lunga scadenza	397.404	600.000
			Debiti a breve scadenza	1.091.596	1.200.000
Totale impieghi	3.200.000	3.500.000	Totale fonti	3.200.000	3.500.000

Gli indici che consentono di realizzare l'*analisi finanziaria* sono i seguenti.

a) *Indici di solidità:*

<i>Indice</i>		2014	2013
1) Indice di autocopertura delle immobilizzazioni	Capitale proprio	1.711.000	1.700.000
	----- =	----- = 0,89	----- = 0,73
	Immobilizzazioni	1.920.000	2.313.600

2) Indice di copertura globale delle immobilizzazioni	Capitale permanente	2.108.404	2.300.000
	----- =	----- = 1,10	----- = 0,99
	Immobilizzazioni	1.920.000	2.313.600
3) Indice di disponibilità	Attivo corrente	1.280.000	1.186.400
	----- =	----- = 1,17	----- = 0,99
	Debiti a breve scadenza	1.091.596	1.200.000

b) Per il calcolo degli *indici di liquidità* ipotizziamo le seguenti voci dell'Attivo corrente:

Attivo corrente	2014	2013
Rimanenze	352.000	400.000
Crediti	880.000	700.000
Disponibilità liquide	48.000	86.400
Totale	1.280.000	1.186.400

Indice		2014	2013
1) Indice di liquidità secondaria	Dispon. finanz. + dispon. liquide	880.000 + 48.000	700.000 + 86.400
	----- =	----- = 0,85	----- = 0,66
	Debiti a breve termine	1.091.596	1.200.000
2) Indice di liquidità primaria	Disponibilità liquide	48.000	86.400
	----- =	----- = 0,043972	----- = 0,072
	Debiti a breve termine	1.091.596	1.200.000

c) *Indici di rotazione:*

Indice		2014	2013
1) Indice di rotazione dell'attivo corrente	Ricavi di vendita	3.670.000	3.800.000
	----- =	----- = 2,87	----- = 3,20
	Attivo corrente	1.280.000	1.186.400
2) Indice di rotazione dei crediti commerciali	Ricavi di vendita + IVA	4.477.400	4.636.000
	----- =	----- = 5,53	----- = 6,82
	Crediti verso clienti	810.000	680.000
3) Giorni di dilazione media concessa ai clienti	365	365	365
	----- =	----- = 66	----- = 54
	Indice di rotazione dei crediti	5,53	6,82

Relazione

Gli indici di solidità, che mettono in evidenza la capacità dell'azienda di reperire adeguate fonti di finanziamento per investimenti in immobilizzazioni e la correlazione tra fonti e impieghi, segnalano un miglioramento.

Gli indici di liquidità, che mettono in evidenza la capacità dell'azienda di fronteggiare gli impieghi finanziari di prossima scadenza, evidenziano una scarsa liquidità aziendale. Un miglioramento è evidenziato dall'indice di liquidità secondaria.

Gli indici di rotazione evidenziano una soddisfacente rotazione dell'attivo corrente e dei crediti anche se in leggera diminuzione rispetto all'anno precedente.

La dilazione media concessa ai clienti è aumentata passando da 54 a 66 giorni.

2. Budget economico

Il *secondo punto a scelta* richiede la redazione del budget economico per la cui redazione teniamo presente quanto emerge dalla Relazione sulla gestione e ipotizziamo quanto segue:

- un calo delle vendite del 2%;
- la contrazione dei debiti che comporta la riduzione degli oneri finanziari;
- la diminuzione delle rimanenze di prodotti;
- il sostenimento di ulteriori costi, pari a 206.800 euro, per terminare la costruzione interna di impianti;
- l'aumento dei costi di acquisto di materie prime vista la tendenza emersa già nell'esercizio 2014;
- l'aumento dei costi di manodopera vista la tendenza già emersa nell'esercizio 2014.

Budget economico

Ricavi delle vendite	3.596.600
Variazione rimanenze prodotti	-20.000
Costruzioni interna	206.800
Valore della produzione	3.783.400
Costi di acquisto materie prime	1.697.500
Costi della manodopera diretta	888.600
Costi di produzione indiretta (*)	450.000
Variazione delle rimanenze di materie	+20.000
Costi commerciali e amministrativi	481.300
Costi della produzione	3.537.400
Differenza valore e costi della produzione	246.000
Oneri finanziari	65.032
Risultato economico lordo	180.968
Imposte dell'esercizio	68.768
Risultato economico dell'esercizio	112.200

(*) I costi di produzione indiretta sono costituiti da ammortamenti, personale, energia, manutenzione, assicurazioni ecc.

3. Operazioni di import ed export

Per effettuare operazioni commerciali con l'estero un'impresa deve in primo luogo informarsi sulle caratteristiche dell'ambiente generale del Paese con il quale intrattiene rapporti commerciali. Infatti ogni Paese può presentare:

- un sistema giuridico nazionale diverso e non sempre favorevole per l'operatore di un altro Paese; le differenze normative devono essere conosciute e comprese in anticipo rispetto al momento dell'avvio del rapporto commerciale per evitare inconvenienti e contestazioni. A questo proposito è sempre opportuno redigere un contratto che indichi espressamente le norme e le eventuali Convenzioni internazionali di riferimento;
- una situazione economica più o meno evoluta e stabile, che può comportare difficoltà impreviste per l'operatore estero. Per esempio, il sistema bancario può essere organizzato in modo meno efficiente e comportare tempi lunghi per il regolamento del credito, oppure il mercato di sbocco può essere meno evoluto e dinamico.

Caratteristiche delle operazioni di import-export

Sono considerate **importazioni** gli acquisti di beni e di servizi provenienti da Paesi extracomunitari da chiunque effettuati.

Le importazioni sono assoggettate a IVA all'arrivo in Italia, alla dogana, dove la merce importata viene sottoposta a controlli per verificare la regolarità dell'operazione e, ove previsti, vengono calcolati i dazi doganali, che vanno a far parte della base imponibile (data dalla merce più i dazi stessi) e devono essere corrisposti, insieme all'IVA sull'acquisto, dall'impresa che effettua il trasporto, sia essa il cedente o un trasportatore incaricato.

Quest'ultimo avrà diritto al rimborso delle spese anticipate per conto del compratore italiano e pertanto presenterà al compratore italiano una nota di addebito separata, indicando le spese anticipate che risultano escluse dall'ambito di applicazione dell'IVA in base all'art.15 del DPR n. 633/1972.

Tutti gli importi versati in dogana vengono determinati sulla base di documento doganale, una dichiarazione redatta su un modulo previsto dalla normativa europea, il DAU, compilato dall'operatore e controllato dall'autorità doganale, che ne verifica la correttezza. Sulla base di questa dichiarazione vengono calcolati i dazi e l'IVA e, una volta assolti gli obblighi fiscali con il pagamento degli importi dovuti, l'autorità doganale attesta l'importazione definitiva della merce nel Paese.

Il documento doganale assume particolare rilevanza essendo l'unico documento valido ai fini IVA. Infatti, l'IVA dovuta non compare nella fattura del fornitore estero, ma viene riportata sul documento doganale all'ingresso della merce in Italia; in base a detto documento l'IVA verrà annotata sul registro IVA delle fatture di acquisto, con separata indicazione della base imponibile e dell'IVA.

Le vendite di beni o servizi all'estero sono classificate come **esportazioni** se la controparte non appartiene a un Paese dell'Unione europea.

Le esportazioni richiedono adempimenti formali diversi a seconda del Paese della controparte, in particolare per quanto riguarda l'IVA, in vigore in Italia e, anche se non in modo identico, nei diversi Stati dell'Unione europea, ma non negli altri Paesi. Ai fini IVA le esportazioni sono regolate dagli articoli 8, 8 bis e 9 del DPR 26 ottobre 1972, n. 633; esse sono considerate operazioni non imponibili, al fine di evitare la doppia tassazione del bene ceduto o della prestazione effettuata (cioè l'assoggettamento all'IVA in Italia e all'imposta esistente nel Paese di destinazione).

Affinché l'esportazione sia considerata tale ai fini della non imponibilità IVA, essa deve essere attestata da un documento di prova dell'avvenuta esportazione, costituito dal messaggio elettronico di "uscita", che la dogana di uscita competente invia alla dogana di esportazione e di cui l'operatore riceve certificazione tramite il messaggio "notifica di esportazione" da parte della dogana di esportazione.

Principali documenti relativi alle esportazioni

Le esportazioni richiedono la compilazione di numerosi documenti, alcuni comuni a tutte le vendite, altri obbligatori per tutte le esportazioni (i documenti doganali), altri ancora richiesti a seconda delle caratteristiche del bene esportato.

Di solito nelle vendite all'estero sono necessari: la fattura commerciale, il documento di trasporto (per esempio la polizza di carico) e i documenti doganali (come il DAU). Inoltre alcuni Paesi richiedono la presentazione di specifiche certificazioni, come il certificato d'origine, il certificato sanitario e altri.

Il principale documento commerciale è la **fattura commerciale** sulla quale, oltre ai consueti elementi, deve comparire l'esplicita indicazione della non imponibilità sulla base dell'art. 8, 8 bis o 9 del DPR 26 ottobre 1972, n. 633.

La **polizza di carico** (*bill of lading*) è un documento rappresentativo della merce caricata a bordo di una nave dallo spedizioniere su incarico dell'esportatore. Il documento viene rilasciato all'arrivo al compratore per il ritiro della merce.

Il **documento amministrativo unico** (DAU) rappresenta la dichiarazione doganale e viene compilato dall'esportatore con l'indicazione di tutti gli elementi identificativi dell'esportazione (dati del mittente, del trasportatore e del destinatario, Paese di origine e di destinazione della merce spedita, descrizione della merce e altro), presentato alla dogana di esportazione in formato elettronico affinché quest'ultima lo registri e gli attribuisca un numero identificativo, svincoli le merci e consegna al dichiarante il DAE (documento di accompagnamento all'esportazione).

4. Business plan per un'iniziativa di espansione internazionale

Mercato estero in cui operare

La scelta del mercato in cui collocare i nuovi prodotti dipende da numerosi fattori. In considerazione del tipo di prodotto offerto, l'impresa può scegliere un Paese di destinazione che presenti un mercato evoluto, caratterizzato da una buona capacità di spesa dei consumatori. Potrebbe scegliere un Paese geograficamente non distante, culturalmente vicino, con un PIL elevato, oppure anche un mercato distante come il Giappone o gli Emirati arabi, i cui consumatori sono particolarmente attratti dal prodotto *made in Italy*, per il quale sono disposti a spendere.

Per la vendita di prodotti nuovi l'impresa potrebbe preferire un mercato in cui la sua presenza sia già consolidata, con una rete di vendita di fiducia in grado di portare le novità a clienti che conoscono e apprezzano la qualità dei prodotti Gamma. Se viceversa vuole esplorare nuovi mercati, l'impresa deve considerare anche l'eventuale presenza di barriere all'ingresso, tariffarie e non tariffarie (per esempio la richiesta di certificazioni legate ai prodotti in pelle).

Punti di forza e di debolezza dell'impresa

L'analisi della situazione attuale dell'impresa fa emergere alcuni punti di forza da sfruttare nell'avvio dell'iniziativa di espansione internazionale. L'impresa offre al mercato articoli di pelletteria per una clientela esigente, per cui è verosimile che le materie prime e gli altri fattori produttivi siano di ottima qualità e che la manodopera sia altamente qualificata, per offrire un prodotto di alta qualità dalle finiture artigianali. Per distinguersi dai concorrenti l'impresa ha ottenuto la certificazione di qualità.

Un punto di debolezza consiste nella difficoltà di offrire i prodotti ai prezzi competitivi proposti dalla concorrenza, probabilmente a causa dell'acquisizione di fattori produttivi a costi elevati. Forse la concorrenza riesce a produrre all'estero una parte del processo produttivo mantenendo un buon livello qualitativo.

Inoltre l'impresa non ha innovato la gamma dei prodotti.

Opportunità e minacce provenienti dall'ambiente esterno

Aumentano le possibilità di accedere a mercati internazionali interessati ai prodotti *made in Italy*. Grazie all'aumento del reddito pro capite nei Paesi emergenti, aumenta il numero di consumatori di prodotti *made in Italy* di alta qualità. In questa fase congiunturale l'euro debole spinge all'aumento delle esportazioni.

L'impresa Gamma sta subendo la minaccia di concorrenti agguerriti che riescono a competere sullo stesso mercato a prezzi competitivi. Questo comporta una perdita di quota di mercato che deve essere compensata espandendosi su mercati in cui la concorrenza è meno impegnativa. La concorrenza agguerrita comporta anche l'esigenza di offrire prodotti sempre nuovi e aderenti alle mutevoli richieste dei consumatori per evitare che l'offerta dei concorrenti risulti non solo competitiva sul prezzo, ma anche più adatta alle tendenze del mercato.

Analisi SWOT

<p>Punti di forza (<i>Strenghts</i>)</p> <p>Materie prime di qualità Competenze professionali e processo produttivo adeguati Prodotti <i>made in Italy</i> di qualità Ottenimento di certificazioni ISO</p>	<p>Punti di debolezza (<i>Weaknesses</i>)</p> <p>Prezzi di vendita elevati rispetto a prodotti simili della concorrenza Costi di produzione elevati Gamma di prodotti maturi da rinnovare</p>
<p>Opportunità (<i>Opportunities</i>)</p> <p>Espansione sui mercati esteri sensibili ai prodotti made in Italy Aumento del reddito pro capite nei mercati emergenti Euro debole che favorisce le esportazioni</p>	<p>Minacce (<i>Threats</i>)</p> <p>Concorrenza preparata e competitiva sul prezzo Rischio di possibili nuovi entranti Mercato in evoluzione con cambiamento dei gusti dei consumatori</p>

Leve di marketing

Considerando il tipo di prodotto, è presumibile un posizionamento per attributi, sviluppando azioni di marketing attraverso le quattro leve del marketing mix.

Prodotto

I prodotti restano sostanzialmente uguali, essendo già idonei al nuovo mercato per livello qualitativo, ma va verificata la presenza di eventuali certificazioni richieste nel singolo Paese. Le azioni di adattamento riguardano elementi accessori quali il *packaging*, che può essere rivisto per adattarlo ai gusti estetici dei consumatori locali, e le etichette che devono riprodurre nella lingua locale tutte le informazioni richieste.

Prezzo

Il prodotto rientra nella fascia di prodotti *premium price* e rispetto ai prezzi per il mercato italiano sarà più alto per coprire i costi di trasporto sul mercato di destinazione: questo non dovrebbe costituire un problema perché il target di clienti che si vuole raggiungere è disposto a pagare un prezzo elevato per i prodotti di alta qualità ed è sostanzialmente insensibile a ridotte variazioni di prezzo.

Comunicazione

La comunicazione sarà volta a informare il target della presenza dei prodotti Gamma sul mercato. Se l'impresa è già conosciuta sul mercato, la comunicazione deve essere mirata a informare la clientela dell'innovazione nella gamma dei prodotti, per esempio attraverso una newsletter con il nuovo catalogo, che gli agenti o distributori presenti possono inviare ai negozi clienti.

Se l'impresa non è conosciuta sul mercato, si può considerare la possibilità di partecipare a una fiera locale di settore, magari in accordo con altre imprese del made in Italy.

Distribuzione

La modalità di internazionalizzazione è l'esportazione diretta con il supporto di distributori o di agenti locali. Se l'iniziativa avesse successo, in un secondo tempo si potrebbe considerare l'apertura di qualche punto vendita in partnership con dettaglianti di prodotti simili presenti sul territorio.

Il trasporto avviene tramite uno spedizioniere internazionale di fiducia.