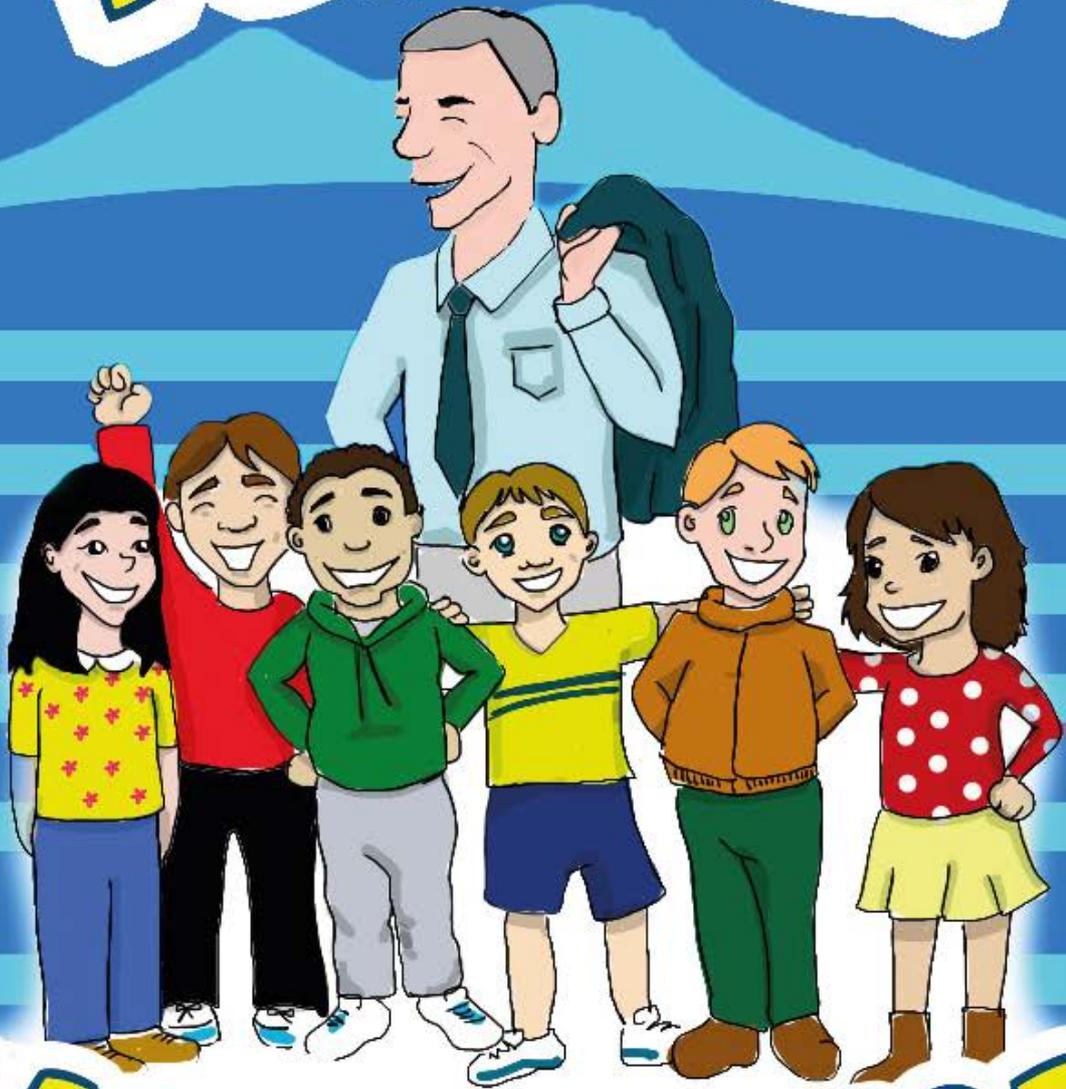


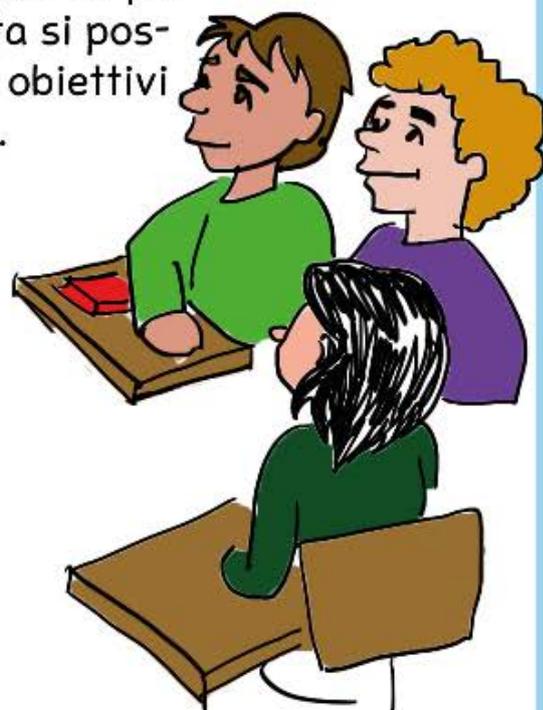
PICCOLI



IMPRENDITORI



Cari ragazzi,
vorrei raccontarvi la storia di un
imprenditore, per farvi compren-
dere che se si è dotati di solidi
principi e di pulizia d'animo, se si
ha una grande **PASSIONE** e un po'
di **AMBIZIONE**, nella vita si pos-
sono raggiungere degli obiettivi
inimmaginabili.



Ma chi è un
imprenditore?



un imprenditore è una persona, uomo o donna,
che si adopera per costruire un'impresa,
che crea lavoro e sviluppo, porta ricchezza
in un territorio creando nuova occupazione,
posti di lavoro per tanti giovani, che difende
i propri progetti, le proprie idee.



L'articolo 2082 del codice civile ita-
liano definisce l'imprenditore
come:

*colui che esercita professiona-
lmente un'attività economica, al
fine della produzione o dello scam-
bio di beni o servizi.*

Il termine imprenditore nasce nel 1500 e con questo termine veniva chiamato il "capitano di ventura" che pagava truppe per servire i fabbisogni dei principi e dei potenti. In seguito, nel 1700, la figura dell'imprenditore assunse i connotati dell'imprenditore moderno. Vennero, infatti, definiti "imprenditori" sia il proprietario terriero in campo agricolo, sia il produttore di merci da distribuire, sia, infine, l'impresario che realizzava strutture in ambito pubblico. In Inghilterra l'imprenditore è sempre stato colui che assume la responsabilità di un lavoro che prevede l'impiego di più persone.

Per me l'imprenditore è colui
che sogna di costruire qualcosa di importante,
e che lavora tanto per raggiungere il suo obiettivo.
Credo che nella vita ogni persona, alla fine, diventi
quello che vuole essere.

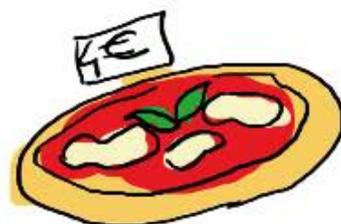
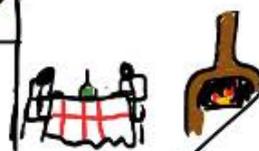


Il nostro codice civile dà
anche la definizione di
"piccolo imprenditore".

Esso è:

- un coltivatore diretto di un fondo
- un artigiano
- un piccolo commerciante
- colui che ha un'impresa familiare

codice Civile



Lo scopo di un imprenditore è quello di realizzare un prodotto.
Ci sono diversi tipi di prodotto, quello che va direttamente sul mercato ai
consumatori (abbigliamento, dolci, auto ecc.), quello che va ad altri
produttori come la macchina per produrre le auto o forni
per panettieri e/o pasticcerie ed infine ci sono prodotti in servizi,
consulenze, assistenza etc.



Esatto! L'attività imprenditoriale mette a disposizione delle persone il **BENE** o il **SERVIZIO** prodotto, affinché venga data una risposta ad una domanda del mercato, cioè che le richieste delle persone siano soddisfatte.



Ma Come si distingue un **BENE** da un **SERVIZIO**?





Un **BENE** può essere una casa,
una penna,
un quaderno,
un panino etc.



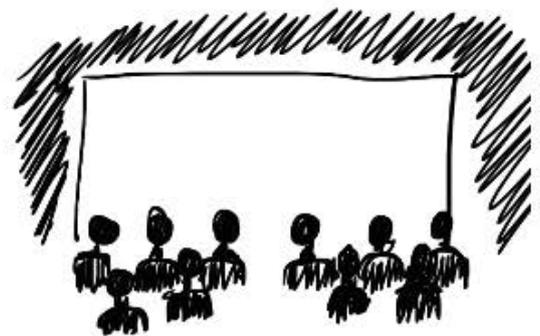
Un **SERVIZIO**, invece, non si può toccare, ad esempio il servizio di accompagnamento a scuola, servizi di consulenza (consigli di esperti per sviluppare attività)



Qualche volta il **BENE** e il **SERVIZIO** vanno a braccetto: ad esempio il Mc Donald che offre un servizio di ristoro e che produce il panino (bene materiale).



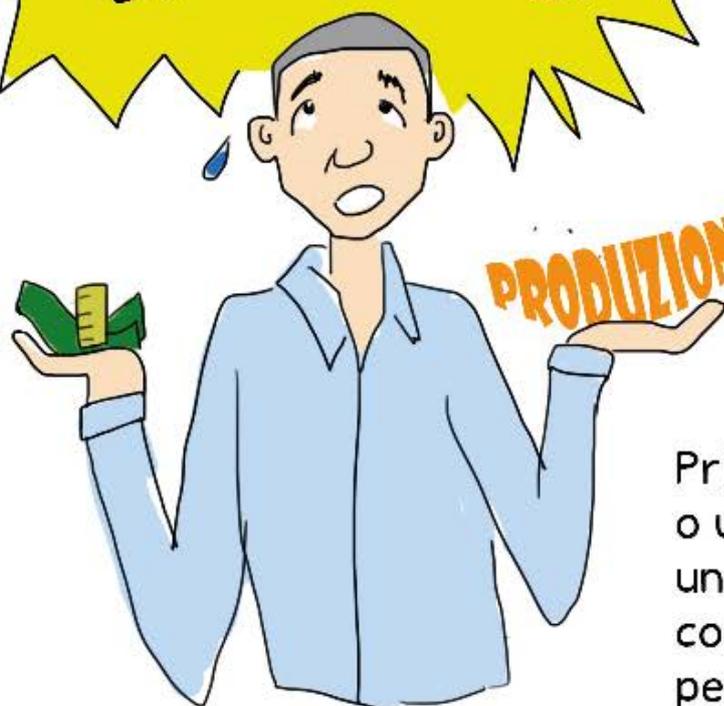
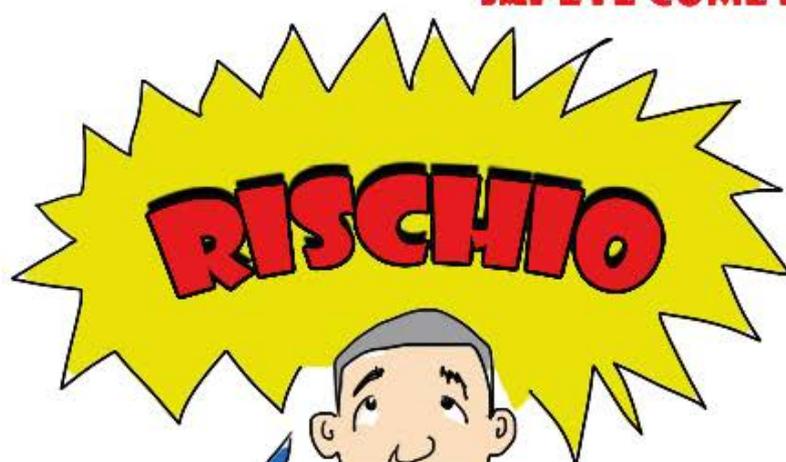
Per **SERVIZI** si intendono, inoltre, anche le infrastrutture e l'insieme dei servizi pubblici, come la scuola o il cinema.



L'imprenditore ha anche la facoltà di decidere cosa produrre, quanto produrne, come, dove e quando produrre. Tutte queste decisioni fanno parte del **RISCHIO DI IMPRESA**. Poiché l'imprenditore finanzia economicamente, quindi mette i propri soldi per produrre qualcosa, può decidere tutte queste cose.

Dovete, però, mettere sul mercato o creare un servizio che sia utile e che piaccia a più persone possibili.

SAPETE COME FARE?



PRODUZIONE

Innanzitutto, è necessario informarsi sui gusti e sui bisogni delle persone alle quali si vuole vendere il bene o offrire il servizio. Per fare ciò bisogna compiere un'attività che si chiama **INDAGINE DI MERCATO**.

Prima di avviare un'impresa o una produzione, infatti, un imprenditore deve sapere cosa fare, i gusti delle persone alle quali vuole vendere il proprio prodotto (un bene) o il proprio servizio, i costi da affrontare e i ricavi che può avere.



PER QUESTO DEVE SVILUPPARE UN "BUSINESS PLAN" ED UN "PIANO DI MARKETING".

Il **business plan** è un documento che contiene gli obiettivi che un'azienda si prefigge, le possibili strategie, i costi, i ricavi, gli utili ed il budget. In sostanza è un percorso, una strada che l'azienda si prefigge di seguire. Calcolare i costi è molto importante perché serve a capire quali sono le spese che un'azienda deve sostenere per produrre i suoi **beni** o **servizi**. Il **ricavo**, invece, è l'importo che l'azienda ottiene dalla vendita di un bene o di un servizio. La differenza tra costi e ricavi darà l'utile, ovvero i **guadagni** dell'impresa e dell'imprenditore.



Il **piano di marketing** studia i gusti delle persone a cui l'imprenditore vuole rivolgersi, le strategie e le azioni che dovranno essere attuate per raggiungere gli obiettivi di vendita della propria azienda. Il business plan permetterà di conoscere i costi per la realizzazione dell'impresa ed i possibili ricavi. Il piano marketing permetterà di conoscere i potenziali clienti e quanto sono disposti a pagare il prodotto realizzato dall'imprenditore, i potenziali concorrenti (cioè altri imprenditori che producono lo stesso prodotto) definire le migliori strategie di vendita.



Il **piano marketing**, quindi, serve a capire:

- ciò che vuole il consumatore;
- quando vuole che si realizzi;
- dove vuole che si realizzi;
- come lo vuole comprare;
- quanto è disposto a pagarlo.

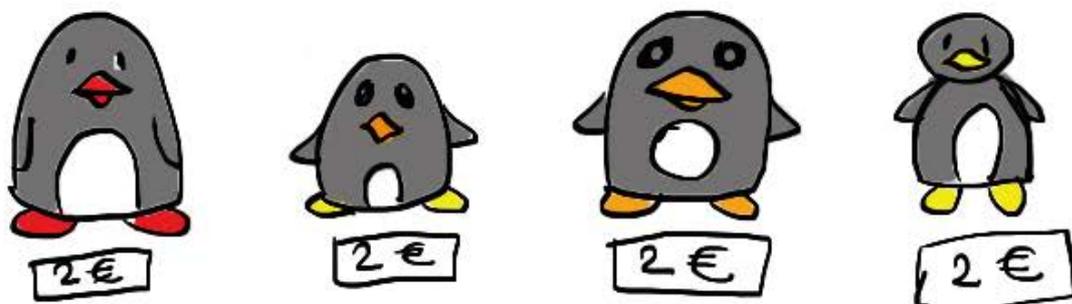
Quindi, cari ragazzi, fanno parte del piano marketing anche quelle interviste che spesso fanno agli adulti al telefono, al supermercato, oppure i gadgets che vengono distribuiti come prodotti da provare.



Dovete sapere che:

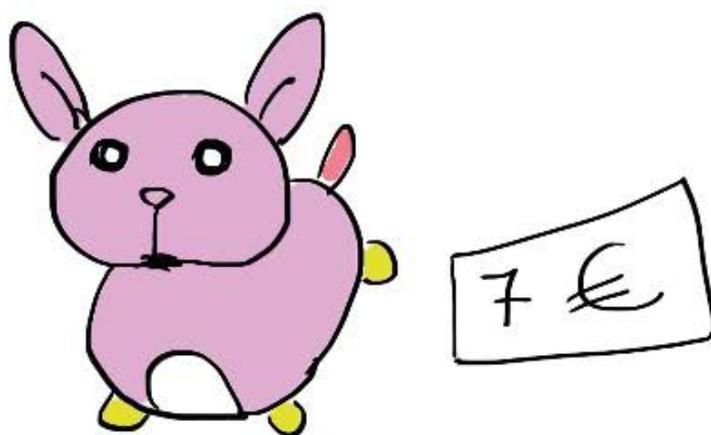
- Se siete in tanti a promuovere lo stesso bene vi trovate in un mercato di libera concorrenza con tanti prodotti dello stesso tipo ma generati da aziende diverse.

Quando, ad esempio, siete dal giocattolaio oppure al supermercato, davanti al banco delle merendine, trovate davanti a voi tanti prodotti, uguali o simili, che sono creati e distribuiti da aziende diverse.



La particolarità del libero mercato è che ogni produttore è libero di stabilire il prezzo ma deve incontrare il mercato, poiché il prezzo del suo prodotto è determinato dalla domanda e dall'offerta: cioè la domanda di tutti i consumatori (gli acquirenti, coloro che comprano) e dall'offerta di tutti i produttori (gli imprenditori che creano un'azienda e che producono un bene o un servizio). È, quindi, determinato dal mercato.

Se, invece, siete i soli a produrre un bene o un servizio, siete in una situazione di **monopolio**, ed avrete una certa libertà, nei limiti del possibile, nello stabilire il prezzo del vostro prodotto.



Oggi ci sono pochi monopoli. Un esempio di monopolio di prodotto è quello delle sigarette (che tanto fanno male alla salute!); monopolio di un servizio è, in genere, un servizio pubblico, come la rete autostradale e stradale.



È importante, inoltre, che voi sappiate che i **fattori produttivi** (o della produzione) sono tutti quei fattori che rendono possibile la produzione di un bene o di un servizio, come, ad esempio, la terra, il lavoro ed il capitale.



Continuiamo: un importantissimo fattore di produzione è rappresentato dal **CAPITALE**. Il capitale è la ricchezza finanziaria utilizzata per avviare e sostenere un'impresa. Se un imprenditore non ha abbastanza capitale per sostenere la sua impresa può chiedere aiuto alle banche. La banca può concedervi un prestito, ma, pian piano, nel tempo dovrete restituire, oltre ai soldi che vi ha prestato, anche qualcosina in più che si chiama "interesse passivo".



Adesso vi spiego cosa fa una **BANCA**.

Le banche sono "aziende" che lavorano con i soldi; li conservano, li prestano, li investono per farli aumentare.

La banca conserva i risparmi delle persone (che li depositano su un conto corrente o su un libretto di risparmio) e paga, ad ogni singola persona, un compenso che si chiama "interesse attivo".

Questi soldi la banca può prestarli a chi vuole iniziare un'attività imprenditoriale (o a chi vuole comprare una casa, o una macchina) e non ne ha a disposizione, o non ne ha a sufficienza. La persona che chiede un prestito alla banca dovrà restituire, oltre ai soldi che ha chiesto in prestito, anche una "tassa", che si chiama "interesse passivo".

La banca concederà questo prestito solo alle persone che garantiscono che potranno restituire sia la cifra chiesta in prestito sia gli interessi.

come mai i miei genitori possono comprare delle cose senza adoperare i soldi ma utilizzando il bancomat o la carta di credito?

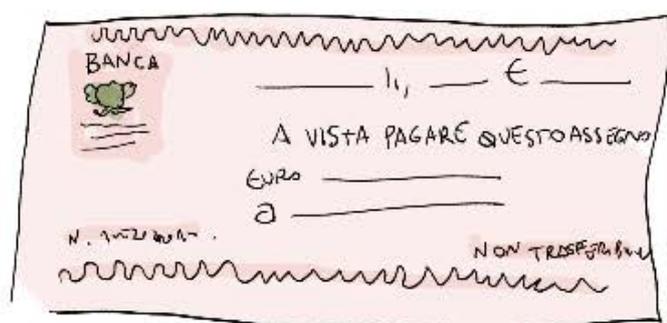


Il **bancomat** o la **carta di credito** rappresentano dei soldi e vengono rilasciati dalla banca quando depositate i vostri soldi e aprite un conto corrente.

Quindi, per pagare, possiamo utilizzare sia i soldi contanti, cioè il denaro contenuto nei nostri portafogli, sia con il bancomat, cioè una tesserina magnetica che funziona con un numero segreto che collega direttamente il negozio al vostro conto corrente; sia, infine, con la carta di credito, che è un'altra tessera rilasciata dalla banca, in questo caso il venditore fa firmare una ricevuta prodotta da un apparecchietto che di solito si trova vicino alle casse dei negozi.

In entrambi i casi la banca pagherà per voi ma i soldi saranno prelevati direttamente dal vostro conto corrente.

Infine, si può pagare anche con dei fogli di carta speciali, sempre consegnati dalla banca, e sempre solo per chi ha un conto corrente, che si chiamano assegni. Gli **assegni** devono essere compilati e firmati e chi lo ottiene deve, poi, portarlo in banca per ottenere i soldi scritti sull'assegno.



Voglio spiegarvi un'ultima cosa: prima di intraprendere un'attività imprenditoriale è di fondamentale importanza che l'imprenditore faccia un'**ANALISI ATTENTA DEI COSTI TOTALI** che dovrà sostenere e dei ricavi presumibili che andrà a realizzare dalla sua attività. Nel dettaglio: il costo è la spesa sostenuta da un'impresa per produrre una determinata quantità di un dato bene o di un servizio. Il costo, a sua volta, si suddivide in:

1. **costo fisso**

2. **costo variabile.**

I costi fissi e i costi variabili rappresentano l'aspetto più importante per chi intende pianificare una nuova strategia imprenditoriale in grado di incrementare il fatturato aziendale. Ma cerchiamo di capire meglio cosa si intende per costi fissi e costi variabili e come dal loro rapporto è possibile studiare una **STRATEGIA VINCENTE DI BUSINESS**. Il costo fisso appartiene a quella categoria di costi che non subiscono nessuna variazione al variare della produzione, sono tutti quei costi che non variano al variare delle quantità prodotte. Questo implica che il costo fisso è un prezzo che l'imprenditore deve sostenere anche se il fatturato è pari a zero: si tratta di quei costi che deve sostenere anche se non produce (e,

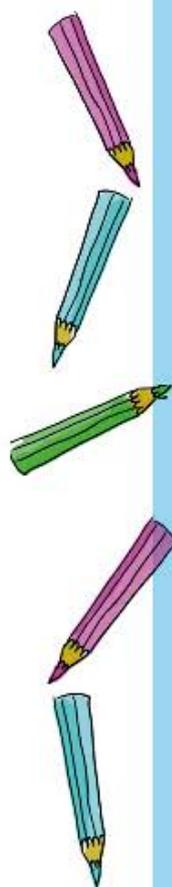
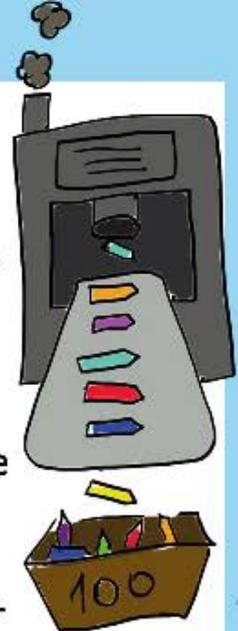
vende niente), ma facciamo un **ESEMPIO PRATICO**.

Per produrre un determinato bene, un'impresa ha bisogno di macchinari, questi macchinari rappresentano un costo fisso indipendentemente dal numero di prodotti realizzati nell'arco di un anno. Per questo motivo, il costo fisso viene anche definito come **costo di struttura** perché, spesso, rappresenta proprio il prezzo che l'imprenditore è costretto a pagare per dare inizio e continuità alla sua attività.

Se l'imprenditore produce **matite**, ad esempio, avrà bisogno di un determinato numero di **macchinari** che lo aiutino a realizzarli. Supponiamo che il costo totale dei macchinari sia 120.000 euro e che l'imprenditore decida di pagare i macchinari con **rate mensili**, il costo di queste rate rappresenta il costo fisso che lui deve versare ogni mese per portare avanti la sua attività. Se in un mese l'azienda non vende neanche una **matita**, il costo fisso per l'imprenditore non varierà e non potrà non essere pagato.

È molto importante fare un' **ANALISI PREVENTIVA** dei costi fissi prima di dare vita a un nuovo business perché se si fanno previsioni errate si rischia di compromettere l'equilibrio economico di un'impresa.

A differenza dei **costi fissi**, i **costi variabili** sono tutti quei costi che variano al variare della quantità che produci. Ciò significa che se produci **zero unità** del tuo prodotto, i tuoi costi variabili saranno **zero**, e sostieni solo i costi fissi. Come abbiamo visto poco fa, i costi fissi li sostieni anche se non produci e non vendi. Man mano che aumenti le quantità che produci, i costi variabili iniziano a crescere in base a un'equazione matematica. Questa equazione dipende da una serie di fattori. I costi variabili più tipici sono i costi per l'acquisto di **materie prime**, di **semilavorati**, di **prodotti finiti**. Poi ci sono altri costi variabili come le **utenze**, i **costi commerciali** e alcuni **costi di amministrazione**.



Un esempio semplice e concreto di **costo variabile** è rappresentato dalle **MATERIE PRIME** necessarie per produrre un determinato bene: tipo il **legno** per produrre le **matite** o le mine che si trovano nelle matite o come il **latte** e lo **zucchero** per una **gelateria**, il **pomodoro** e la **mozzarella** per una **pizzeria** o il **legno** per una fabbrica di **mobili**. Più la produzione è elevata, quindi, più sono elevati i costi variabili.

Di conseguenza il costo variabile può essere visto come il costo necessario ad un'azienda di beni o servizi per produrre i suoi prodotti o per erogare i suoi servizi. Nel breve periodo un'impresa può aumentare la quantità di produzione comprando più materie prime da lavorare e aumentando di conseguenza i suoi costi variabili, mentre non può modificare in alcun modo la tecnologia e la capacità produttiva degli impianti che rappresentano al contrario i costi fissi o come li abbiamo precedentemente definiti i costi struttura.

Per **COSTO TOTALE** si intende la somma dei **costi fissi** e dei **costi variabili** sostenuti dall'imprenditore per produrre una determinata quantità di beni. Il costo totale che un'impresa si trova a sostenere durante un anno di attività è ovviamente un costo variabile in quanto: più aumenta la produzione di un prodotto/servizio, più aumenta l'ammontare dei costi variabili. Di conseguenza il **costo totale** varia al variare del **costo variabile**.

Come abbiamo visto, il **conto economico** di un'impresa è composto da tantissimi costi, che possono essere sia fissi che variabili. L'**analisi dei costi** ha un'importanza strategica rilevante nell'ambito della pianificazione imprenditoriale e della preparazione del business plan: in quanto l'errore più comune è proprio quello di sottostimare i costi da sostenere per dare inizio o mantenere operativa un'impresa e molti imprenditori e aspiranti tali, spesso omettono di considerare la struttura dei costi della loro azienda. E per non avere fatto questo semplice calcolo, in molti casi si trovano a dovere fare "i miracoli" per rimanere aperti e non fallire. Infatti, considerare la struttura dei costi fissi e di quelli variabili significa avere una specie di "**quadro**" di riepilogo della struttura dei costi: questa è un'informazione di importanza strategica poiché ti serve per avere un'immediata percezione di quanto ti costa mantenere in vita la struttura aziendale.

Calcolare precisamente sia i costi fissi che quelli variabili, permette infatti di avere una **tabella di marcia** sulla quale basare la produzione al fine di fare quadrare il **BILANCIO ANNUALE DI UN'AZIENDA**.

Il **RICAVO**, invece, è l'importo riscosso dall'imprenditore a seguito della vendita di un bene eliminate le spese di produzione.

Il **GUADAGNO** (o utile) è la differenza tra i ricavi e i costi.

Un bravo imprenditore deve cercare di rendere massima questa differenza per poter guadagnare di più; ma, ove non fosse possibile agire sul prezzo, perché fissato dal mercato, come in concorrenza perfetta, è opportuno cercare di agire sui costi variabili, e cercare di ridurli al massimo.

Ragazzi, realizzate i vostri **SOGNI!**

Diventate **IMPRENDITORI.**

L'imprenditore, fare impresa, è il lavoro più bello che esiste; certo comporta grandi responsabilità ma dà anche grandi soddisfazioni.

Costruite un lavoro per voi stessi e per tante persone. Non pensate di partire svantaggiati, o di non potercela fare perché vivete in una "realtà difficile" o perché i vostri genitori fanno altro nella vita o perché non avete i capitali iniziali per avviare la vostra impresa.

Io ero un ragazzino come voi, ho lavorato tanto ed ho sempre creduto fortemente nei miei sogni, e così li ho realizzati.

Penso che chiunque possa riuscirci. Basta impegno, perseveranza e senso di responsabilità.



Diceva Steve Jobs (imprenditore, informatico ed inventore statunitense, fondatore di Apple e di prodotti di successo come iPhone, iPad, iMac, iPod e Macintosh):

"Sono convinto che circa la metà di quello che separa gli imprenditori di successo da quelli che non hanno successo sia la pura perseveranza".

Ragazzi, possiamo arrivare **OVUNQUE!**

A questo punto, cari ragazzi, vi propongo un simpatico lavoro.

Organizzatevi in gruppi da 4, o anche singolarmente, come preferite o come vi suggeriscono le vostre insegnanti, ed elaborate un piccolo progetto imprenditoriale, mettendo in atto tutte queste utili informazioni che vi ho dato. Dovrete specificare cosa volete produrre, come volete pubblicizzare il vostro prodotto, dove e come pensate di reperire i soldi per realizzarlo, a chi volete vendere il vostro prodotto o fornire il vostro servizio, se c'è spazio nel libero mercato per la vostra idea imprenditoriale, dove volete vendere e a quale cifra. Se vi va potete anche realizzare un prototipo. Potete, inoltre, divertirvi in classe a rispondere alle domande del test sottostante. Sarà un modo per capire se avete compreso bene le informazioni contenute in questo libricino su come diventare un bravo imprenditore. Anche in questo caso potete dividervi in squadre e prevedere una piccola sorpresa per la squadra o per il singolo studente che avrà ottenuto il maggiore punteggio.

Buon apprendimento!

Buon divertimento!

TEST

- 1) L'articolo 2082 del Codice civile definisce l'imprenditore:
 - a) Colui che esercita un'attività economica per produrre beni e servizi
 - b) Colui che comanda un'azienda
 - c) Il direttore dell'azienda

- 2) Un'attività economica utilizza i fattori della produzione per produrre:
 - a) Esclusivamente servizi
 - b) Esclusivamente beni
 - c) Beni e/o servizi

- 3) Il business plan:
 - a) È un documento in cui sono definiti obiettivi, strategie, costi e ricavi di un'impresa
 - b) Non calcola i costi ma solo i possibili ricavi
 - c) Calcola solo i costi non i possibili ricavi

- 4) Il piano di marketing:
 - a) Ti aiuta a studiare esclusivamente i gusti dei potenziali clienti
 - b) Studia i potenziali clienti e concorrenti, ti consente di definire le strategie di vendita
 - c) Studia esclusivamente i potenziali concorrenti

- 5) La banca:
 - a) Ti regala il denaro necessario ad avviare la tua impresa
 - b) Ti presta il denaro di cui hai bisogno, che restituirai pian piano
 - c) Non concede prestiti agli imprenditori
- 6) Il bancomat e la carta di credito sono soldi?
 - a) No, mai
 - b) Sì, sempre
 - c) Soltanto qualche volta

- 7) Gli assegni:
 - a) Sono delle tesserine magnetiche che vengono date dalla banca a chi ha un conto corrente
 - b) Sono dei tipi di banconote
 - c) Sono degli speciali fogli di carta che vanno firmati e compilati, scrivendo la cifra da pagare in numeri e lettere

8) Il costo totale di un'impresa è:

- a) La divisione tra il costo fisso e del costo variabile sostenuto dall'imprenditore per produrre quella certa quantità di beni
- b) La differenza del costo fisso e del costo variabile sostenuto dall'imprenditore per produrre quella certa quantità di beni
- c) La somma del costo fisso e del costo variabile sostenuto dall'imprenditore per produrre quella certa quantità di beni

9) Il ricavo di un'impresa è:

- a) L'importo riscosso dall'imprenditore a seguito della vendita di un bene eliminate le spese di produzione
- b) L'importo del guadagno della vendita più i costi di produzione
- c) L'importo del guadagno della vendita moltiplicato i costi di produzione

10) Il guadagno (o utile) di un'impresa è:

- a) La differenza tra i ricavi e i costi
- b) La somma tra ricavi e costi
- c) La divisione dei ricavi e dei costi

Risposte esatte: 1a; 2c; 3a; 4b; 5b; 6b; 7c; 8c; 9a; 10a.