

CORSO DI MANAGEMENT
ANNO ACCADEMICO
2023-2024

La Break Even Analysis
(Relazione Costi-Volumi-Profitto)



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Prof. Giuseppe Sancetta

Materia a cura del Prof. Raffaele D'Amore

INDICE DELLA LEZIONE

- Introduzione al metodo;
- Rielaborazione del conto Economico;
- Il margine di contribuzione;
- Indice del Margine di Contribuzione;
- Analisi del Punto di Pareggio;
 - Metodo del Margine di Contribuzione;
- Il Margine di Sicurezza;
- La Leva Operativa – Grado di Leva Operativa;

RICLASSIFICAZIONE DEL CONTO ECONOMICO

SCHEMA DI RICLASSIFICAZIONE	RISULTATO INTERMEDIO	TIPO DI BILANCIO
<u>A valore aggiunto</u>	<u>Margine operativo lordo</u>	<u>Bilancio contabile</u> o <u>bilancio civilistico</u>
<u>A costo del venduto</u>	Margine industriale	Bilancio contabile
<u>A costi variabili e margine di contribuzione</u>	<u>Margine di contribuzione</u>	Bilancio contabile

Un aspetto fondamentale della riclassificazione è il tipo di bilancio utilizzato.

Infatti, l'**operatore esterno** all'impresa (es: la banca) può disporre solamente dei dati contenuti nel **bilancio civilistico**, ovvero il formato sintetico che viene depositato presso la CCIAA

INTRODUZIONE AL METODO

Break Even Analysis

La **Break Even Analysis** rappresenta un utile modello a supporto delle decisioni aziendali, in particolare per la misurazione e «valutazione della potenzialità economico-strutturale dell'impresa».

Il modello è rivolto ad evidenziare la capacità reddituale di un'impresa, analizzando **le relazioni intercorrenti tra COSTI, VOLUMI E PROFITTI.**

E' un importante strumento di ausilio ai manager per capire le correlazioni fra **COSTO – VOLUME – E REDDITO (PROFITTO)** in un'organizzazione, focalizzando l'attenzione sulle interrelazioni fra:

- 1) Prezzi di Vendita;
- 2) Volume o Livello di attività
- 3) Costi Variabili
- 4) Costi fissi

I principi di base dell'analisi Costo-Volume-Profitto (CVP)

AZIENDA PRODUTTRICE DI SMATPHONE
Conto economico a margine di contribuzione
Per il mese di giugno

	Totale	Unitario
Vendite (500 SP)	250.000	500
Meno: Costi variabili	150.000	300
Margine di contribuzione	100.000	200
Meno: Costi fissi	80.000	
Utile operativo netto	20.000 €	

Il Margine di contribuzione (MC) è l'importo rimanente del fatturato sulle vendite dopo deduzione dei costi variabili.

I principi di base dell'analisi Costo-Volume-Profitto (CVP)

Conto economico a margine di contribuzione Per il mese di giugno

	<u>Totale</u>	<u>Unitario</u>
Vendite (500 SP)	250.000	500
Meno: Costi variabili	150.000	300
Margine di contribuzione	100.000	200
Meno: Costi fissi	80.000	
Utile operativo netto	<u>20.000</u>	

Il MC è il valore che va a coprire i costi fissi.

E' la parte del ricavo di vendita di un prodotto che non viene assorbita dai costi variabili e quindi contribuisce a coprire i costi fissi dell'azienda.

I principi di base dell'analisi Costo-Volume-Profitto (CVP)

Conto economico a margine di contribuzione Per il mese di giugno

	<u>Totale</u>	<u>Unitario</u>
Vendite (500 SP)	250.000 €	500 €
Meno: Costi variabili	150.000	300
Margine di contribuzione	100.000	200
Meno: Costi fissi	80.000	
Utile operativo netto	<u>20.000</u>	

Dopo la copertura dei costi fissi, l'eventuale MC residuo contribuisce alla formazione di utile.

Una gestione aziendale efficace sarà dunque quella che ha come obiettivo massimizzare il margine di contribuzione in relazione al prezzo praticabile nel mercato in cui opera.

Il margine di contribuzione: Analisi

Per ogni unità aggiuntiva venduta , € 200 in più di margine di contribuzione aiuteranno a coprire i costi fissi e il profitto.

	Totale		Unitario		Percent
Vendite (500 SP)	250.000 €		500 €		100%
Meno: Costi variabili	150.000		300		60%
Margine di C.	100.000		200		40%
Meno: Costi fissi	80.000				
Utile operativo netto	20.000 €				

Il margine di contribuzione: Analisi/2

Ogni mese, bisogna generare almeno € 80.000 di MC totale per raggiungere il pareggio.

	<u>Totale</u>	<u>Unitario</u>
Vendite (500 SP)	\$ 250.000	\$ 500
Meno: Costi variabili	<u>150.000</u>	<u>300</u>
Margine di contribuzione	\$ 100.000	<u>\$ 200</u>
Meno: Costi fissi	<u>80.000</u>	
Utile operativo netto	<u><u>\$ 20.000</u></u>	

Il margine di contribuzione: Punto di Pareggio

Se l'impresa vende 400 unità al mese, opererà al punto di pareggio.

Conto economico di contribuzione			
Per il mese di giugno			
	Totale		Unitario
Vendite (400 SP)	\$ 200.000		\$ 500
Meno: Costi variabili	120.000		300
Margine di contribuzione	80.000		\$ 200
Meno: Costi fissi	80.000		
Utile operativo netto	\$ 0		

Il margine di contribuzione

Se la società vende una bicicletta in più (401 biciclette), l'utile operativo netto aumenterà di \$200.

Conto economico di contribuzione			
Per il mese di giugno			
	Totale		Unitario
Vendite (401 SP)	200.500		500
Meno: Costi variabili	120.300		300
Margine di contribuzione	80.200		200
Meno: Costi fissi	80.000		
Utile operativo netto	200 €		

Indice del margine di contribuzione

L'**indice** del margine di contribuzione è:

L'indice è:

$$\text{Indice MC} = \frac{\text{MC Totale}}{\text{Vendite totali}} = \frac{\text{€ } 80.000}{\text{€ } 200.000} = 40\%$$

Indice del margine di contribuzione

Oppure, in termini di **unità**, l'**indice** del margine di contribuzione è:

l'indice è:

$$\text{Indice MC} = \frac{\text{MC unitario}}{\text{Prezzo di vendita unitario}} = \frac{\$200}{\$500} = 40\%$$

Indice del margine di contribuzione: Significato

Ogni aumento di €1,00 del fatturato sulle vendite comporta un aumento del margine di contribuzione totale di Euro 40.

Se le vendite aumentano di € 50.000, quale sarà l'aumento del margine di contribuzione totale?

TEST DI APPRENDIMENTO

Il BAR ROMA è un esercizio di vicinato sito al centro di Roma. Il prezzo di vendita medio di una tazza di caffè è di € 1,49 e il costo variabile media per tazza è di € 0,36. Il costo fisso medio mensile è di € 1.300.

Ogni mese si vendono, in media, 2.100 tazze.

Quale è l'indice MC del Bar Roma ?

- a. 1,319
- b. 0,758
- c. 0,242
- d. 4,139

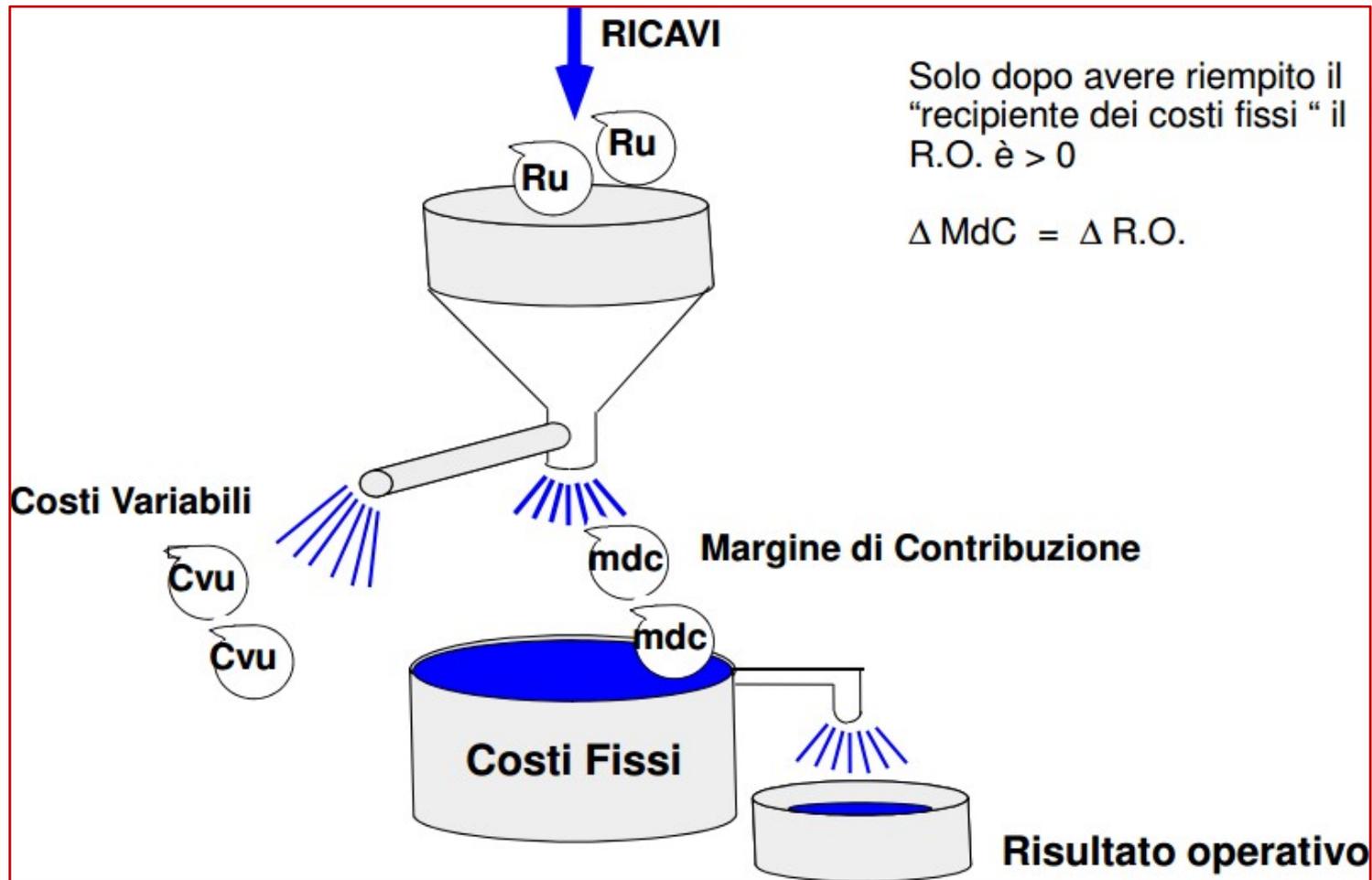
Soluzione ✓

Il BAR ROMA è un esercizio di vicinato sito al centro di Roma. Il prezzo di vendita medio di una tazza di caffè è di € 1,49 e il costo variabile medio per tazza è di € 0,36. Il costo fisso medio mensile è di € 1.300. Ogni mese si vendono, in media, 2.100 tazze. Quale è l'indice MC di Roma Coffee?

- a. 1,319
- b. 0,758
- c. 0,242
- d. 4,139

$$\text{Indice MC} = \frac{\text{Margine di contribuzione unitario}}{\text{Prezzo di vendita unitario}}$$
$$\frac{(\text{€}1,49 - \text{€}0,36)}{\text{€}1,49} = \frac{\text{€}1,13}{\text{€}1,49} = 0.758$$

Il significato del margine di contribuzione



METODO DEL MARGINE DICONTRIBUZIONE

e

PUNTO DI PAREGGIO

$$\text{Punto di pareggio} \\ \text{IN UNITÀ VENDUTE} = \frac{\text{Costi fissi}}{\text{Margine di contribuzione unitario}}$$

$$\text{Punto di pareggio in} \\ \text{VENDITE TOTALI IN VALUTA} = \frac{\text{Costi fissi}}{\text{Indice MC}}$$

TEST DI APPRENDIMENTO

Il BAR ROMA è un esercizio di vicinato sito al centro di Roma

Il prezzo di vendita medio di una tazza di caffè è di € 1,49 e il costo variabile media per tazza è di € 0,36.

Il costo fisso medio mensile è di € 1.300. Ogni mese si vendono, in media, 2.100 tazze.

Qual è il pareggio espresso in unità vendute?

- a. 872 tazze
- b. 3.611 tazze
- c. 1.200 tazze
- d. 1.150 tazze

TEST DI APPRENDIMENTO

Il BAR ROMA è un esercizio di vicinato sito al centro di Roma Il prezzo di vendita medio di una tazza di caffè è di \$1,49 e il costo variabile media per tazza è di € 0,36. Il costo fisso medio mensile è di \$1.300. Ogni mese si vendono, in media, 2.100 tazze.

Qual è il pareggio espresso in unità vendute?

- a. 872 tazze
- b. 3.611 tazze
- c. 1.200 tazze
- d. 1.150 tazze**

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Costi fissi}}{\text{Margine di contribuzione unitario}} \\ = & \frac{\text{€ 1.300}}{\text{€ 1,49 la tazza} - \text{€ 0,36 la tazza}} \\ = & \frac{\text{€ 1.300}}{\text{€ 1,13 la tazza}} = \mathbf{1.150 \text{ tazze}} \end{aligned}$$

TEST

Il BAR ROMA è un esercizio di vicinato sito al centro di Roma. Il prezzo di vendita medio di una tazza di caffè è di € 1,49 e il costo variabile medio per tazza è di € 0,36. Il costo fisso medio mensile è di €1.300. Ogni mese si vendono, in media, 2.100 tazze.

Quale è il pareggio espresso in euro venduti?

- a. € 1.300
- b. € 1.715
- c. € 1.788
- d. € 3.129

TEST DI AUTOAPPRENDIMENTO

BAR ROMA è un esercizio sito al centro di Roma.

Il prezzo di vendita medio di una tazza di caffè è di € 1,49 e il costo variabile medio per tazza è di € 0,36. Il costo fisso medio mensile è di € 1.300. Ogni mese si vendono, in media, 2.100 tazze.

Quale è il pareggio espresso in dollari venduti?

a. € 1.300

b. € 1.715

c. € 1.788

d. € 3.129

$$\text{Vendite di pareggio} = \frac{\text{Costi fissi}}{\text{Indice MC}} = \frac{\text{€ 1.300}}{0,758} = \text{€ 1.715}$$

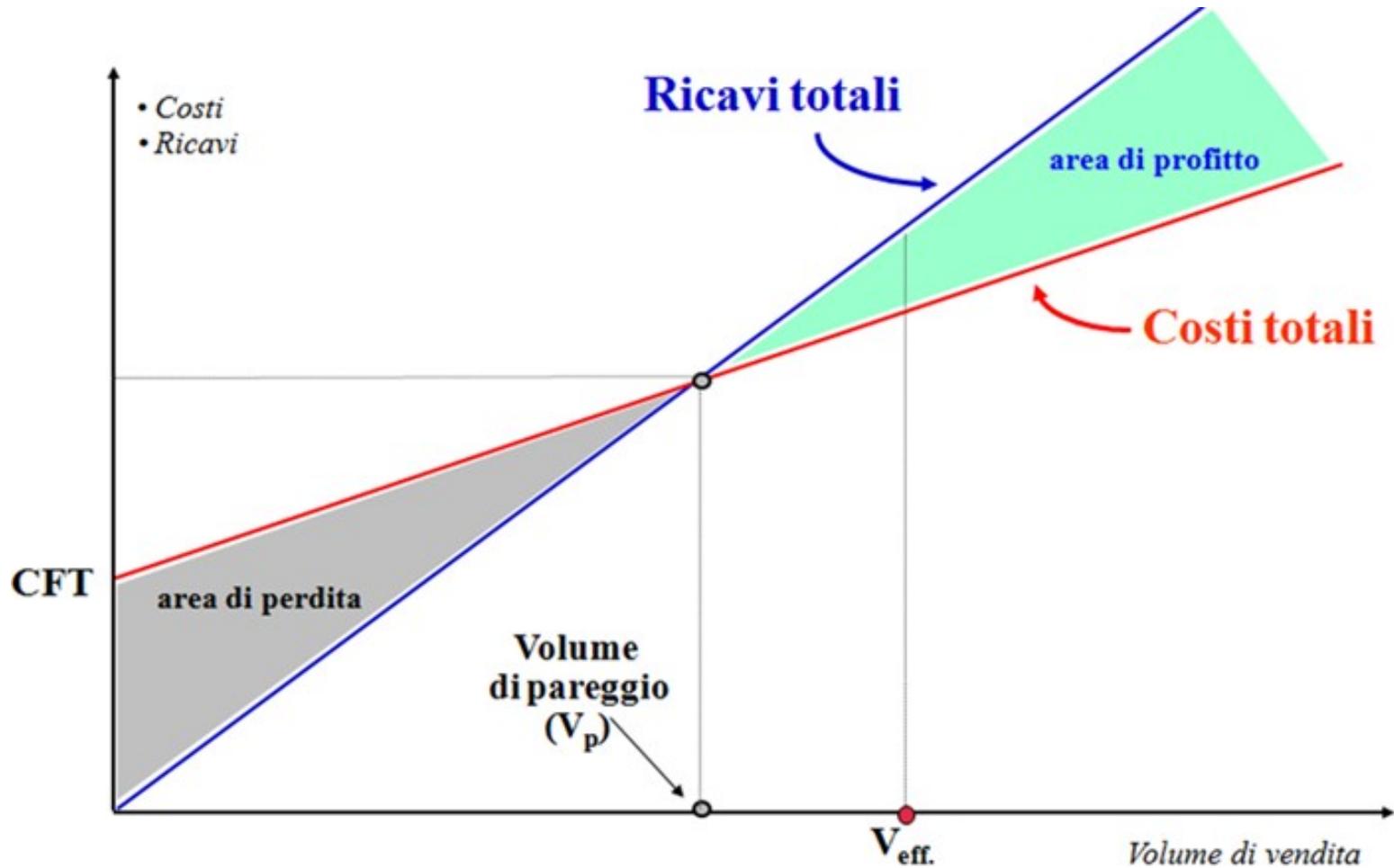
Il margine di sicurezza

È costituito dalle vendite previste (o effettive) in eccesso rispetto al volume di vendita per il pareggio.

Ci informa su quanto possono calare le vendite prima che si inizino a registrare delle perdite.

MARGINE DI SICUREZZA = VENDITE TOTALI - VENDITE DI PAREGGIO

Il margine di sicurezza



Il margine di sicurezza

Il BAR ROMA è un esercizio di vicinato sito al centro di Roma

Il prezzo di vendita medio di una tazza di caffè è di € 1,49 e il costo variabile media per tazza è di € 0,36. Il costo fisso medio mensile è di e 1.300. Ogni mese si vendono, in media, 2.100 tazze.

Quale è il margine di sicurezza?

- a. 3.250 tazze
- b. 950 tazze
- c. 1.150 tazze
- d. 2.100 tazze

Il margine di sicurezza: TEST APPRENDIMENTO

BAR ROMA è un esercizio sito al centro di Roma.

Il prezzo di vendita medio di una tazza di caffè è di \$1,49 e il costo variabile media per tazza è di € 0,36. Il costo fisso medio mensile è di \$1.300. Ogni mese si vendono, in media, 2.100 tazze. Quale è il margine di sicurezza?

- a. 3.250 tazze
- b. **950 tazze**
- c. 1.150 tazze
- d. 2.100 tazze

Margine di sicurezza = Vendite totali – Vendite di pareggio

$$= 2.100 \text{ tazze} - 1.150 \text{ tazze} = 950 \text{ tazze}$$

o

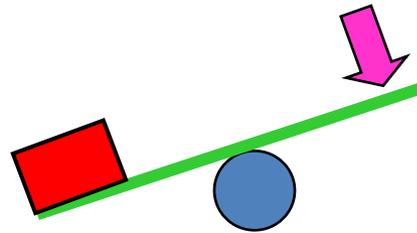
$$\text{Margine di sicurezza percentuale} = \frac{950 \text{ tazze}}{2.100 \text{ tazze}} = 45\%$$

Leva operativa

È una misura della sensibilità dell'utile operativo rispetto alle variazioni percentuali alle vendite.

Con una leva alta, un piccolo aumento percentuale delle vendite può produrre un aumento percentuale molto maggiore dell'utile operativo netto.

$$\text{Grado della leva operativa} = \frac{\text{Margine di contribuzione}}{\text{Utile operativo netto}}$$



Leva operativa: TEST APPRENDIMENTO

Il BAR ROMA è un esercizio di vicinato sito al centro di Roma. Il prezzo di vendita medio di una tazza di caffè è di € 1,49 e il costo variabile medio per tazza è di € 0,36. Il costo fisso medio mensile è di € 1.300. Ogni mese si vendono, in media, 2.100 tazze.

Quale è la leva operativa?

- a. 2,21
- b. 0,45
- c. 0,34
- d. 2,92

Leva operativa: TEST APPRENDIMENTO

Il BAR ROMA è un esercizio di vicinato sito al centro di Roma.

Il prezzo di vendita medio di una tazza di caffè è di \$1,49 e il costo variabile medio per tazza di \$1.300. Ogni mese la vendita effettiva è di 2.100 tazze. Qual è la leva operativa?

a. **2,21**

b. 0,45

c. 0,34

d. 2,92

	Vendite effettive 2.100 tazze
Vendite	3.129 €
Meno: Costi variabili	756
Margine di contribuzione	2.373
Meno: Costi fissi	1.300
Utile operativo netto	1.073 €

$$\text{Leva operativa} = \frac{\text{Margine di contrib.}}{\text{Utile operativo netto}} = \frac{€2.373}{€1.073} = 2,21$$

Leva operativa: TEST DI APPRENDIMENTO

Il prezzo medio di vendita di una tazza di caffè del Bar Roma è di € 1,49, i costi variabili medie per tazza sono di € 0,36 e i costi fissi medi mensili sono di € 1.300. In media, si vendono 2.100 tazze al mese.

Se le vendite aumentano del 20%, di quanto dovrebbe aumentare l'utile operativo netto?

- a. 30,0%
- b. 20,0%
- c. 22,1%
- d. 44,2%

Leva operativa: TEST APPRENDIMENTO

Il prezzo medio di vendita di una tazza di caffè del Bar Roma è di € 1,49, i costi variabili medie per tazza sono di € 0,36 e i costi fissi medi mensili sono di € 1.300. In media, si vendono 2.100 tazze al mese.

Se le vendite aumentano del 20%, di quanto dovrebbe aumentare l'utile operativo netto?

- a. 30,0%
- b. 20,0%
- c. 22,1%
- d. 44,2%**

	Aumento percent. delle vendite	20,0%
×	Grado della leva operativa	2,21
	Aumento percent. dell'utile	44,20%