



R.O.I.

Definizione R.O.I. è l'acronimo di RETURN ON INVESTMENT, che significa redditività dell'investimento. L'indice R.O.I. è di fondamentale importanza in quanto consente di valutare "la redditività del capitale investito nella gestione caratteristica".

Indice di redditività L'indice R.O.I. viene calcolato con il seguente rapporto:

$$\frac{Ro}{C - Ca - L}$$

Ro= risultato operativo	E' il risultato generato dalla gestione caratteristica dell'azienda, dove, per caratteristica, si deve intendere l'attività che caratterizza l'azienda. (Per un calzaturificio, ad esempio, il risultato operativo è dato dalla differenza tra i ricavi e i costi che rientrano nella sua normale attività di vendita e di produzione di calzature)
C = capitale investito nella gestione	Il capitale globalmente investito nella gestione e lo si può identificare con il totale attivo dello stato patrimoniale.
Ca = capitale investito nella gestione non caratteristica	L'indice R.O.I. ha lo scopo di determinare la redditività della gestione caratteristica, è necessario calcolare il capitale in essa investito sottraendo Ca a C.
L = liquidità immediate	Le scorte liquide non sono spesso considerate capitali investiti nella gestione caratteristica perché la loro esistenza in cassa preclude il loro utilizzo nell'attività caratteristica.
	Se gli investimenti aticipi e le scorte liquide sono inesistenti o di consistenza trascurabile, il capitale investito nella gestione caratteristica coincide con il capitale totale investito dall'azienda, quindi con il totale attivo dello stato patrimoniale.

R.O.I.

Analisi dell'indice

Valori flusso

Il numeratore dell'indice R.O.I. è un **valore flusso** in quanto rappresenta la differenza tra ricavi e costi caratteristici dell'esercizio.

Valori stock

Il denominatore dell'indice R.O.I. è un **valore stock** in quanto rappresenta il capitale investito nella gestione caratteristica in un determinato istante temporale, ossia alla data di chiusura del bilancio.

Il valore al denominatore potrebbe non rappresentare realmente il capitale investito nel periodo.

Perché questo valore sia attendibile, o sai quanto più possibile prossimo alla realtà, occorre calcolarne il valore medio.

Il capitale investito nell'azienda è una grandezza che varia costantemente durante l'esercizio e lo si potrebbe calcolare con assoluta precisione solo se si potesse disporre dei suoi valori giornalieri e da questi ricavarne il valore medio.

E' essenziale che il valore del capitale investito sia valutato come media aritmetica tra il capitale investito di inizio periodo e quello di fine periodo

Cosa segnala

E' il fondamentale indice reddituale che esprime il tasso di redditività del capitale.

Consente di giudicare l'efficienza della gestione caratteristica.

Consente di esaminare le relazioni che intercorrono tra la redditività del capitale proprio e l'onerosità dell'indebitamento.

Variabili che influenzano il R.O.I.

Condizioni di efficienza

Hanno per oggetto il "come" produrre combinato con il "quanto" nell'acquisizione dei fattori produttivi.

Efficienza interna

Essa esprime il livello di utilizzazione della capacità produttiva e delle altre risorse a disposizione.

Efficienza esterna

Essa esprime la capacità dell'azienda di operare scelte efficienti quando entra in contatto con terzi.

Fattori che determinano il R.O.I.

I fattori nei quali l'indice R.O.I. può essere scomposto esprimono rispettivamente:

indice di redditività delle vendite = R.O.S.

rotazione del capitale investito

Azioni possibili

- 1) Politica di bassi margini sulle vendite, ma per ottenere una redditività soddisfacente si deve realizzare una elevata rotazione del capitale investito;
- 2) Politica di elevati margini sulle vendite accettando una minore velocità di rotazione del capitale investito.

R.O.I.

	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2016
Risultato operativo RO	1.616.204	847.798	3.038.731
Capitale investito iniziale	27.985.000	28.997.337	30.789.082
Capitale investito finale	28.997.337	30.789.082	29.500.741
Capitale iniziale investito nella gestione non caratteristica	180.000	1.100.000	3.265.000
Capitale finale investito nella gestione non caratteristica	1.100.000	3.265.000	400.000
Media	27.851.169	27.710.710	28.312.412
Liquidità	338.900	357.990	357.990
R.O.I.	5,87%	3,10%	10,87%

Cosa indica questo indice

Non ci sono valori universali per dirci se l'andamento dell'impresa sia più o meno buono.

Azienda efficace

Bisogna considerare molte variabili, come ad esempio, il settore in cui opera l'azienda e lo stato di vita di essa e dei prodotti che essa tratta. Sarebbe pertanto necessaria un'attività di **benchmark** che ci consenta di capire se l'indice sia in linea o meno rispetto alle aziende concorrenti. E' efficace l'azienda che ha elevato risultati operativi. Ancora più efficace se l'azienda ha elevati risultati operativi investendo minor capitale.

Migliorare il R.O.I.

Con il R.O.I. si evidenzia la capacità del management di far fruttare sia il capitale dei soci (capitale proprio) ma anche quello dei terzi finanziatori (debiti).

Aumentare il mio risultato operativo
Diminuire il capitale investito

R.O.I.

Impresa con basso margine sulle vendite	Prezzi bassi in relazione ai costi di approvvigionamento e produzione Raggiungere un'elevata rotazione del capitale investito Vendere molto anche a costo di bassi margini sulle vendite per ottenere un risultato R.O.I. soddisfacente.
Impresa con bassa rotazione del capitale investito	Vende poco, ma con prezzi più alti possibili conseguendo una politica di alti margini sulle vendite.
Miglioramento R.O.I.	Occorre vendere con un maggiore margine (ROS) Vendere di più (Turnover del capitale investito)
Aumento dei prezzi	Probabile diminuzione delle vendite Peggioramento del turnover del capitale investito Dubbi effetti sul rendimento degli investimenti (R.O.I.)
Miglioramento efficienza produttiva	Riduzione dei costi Nessuna contrazione delle vendite Miglioramento del rendimento degli investimenti
Vendere molto con ricarichi bassi sui costi di acquisto	Strategia competitiva: la leadership di costo
Vendere poco con alti ricarichi sui costi di acquisto Prezzi alti (turnover basso, ROS alto)	Strategia competitiva: la differenziazione