

ROS: Return On Sales

Indice

1. **ROS: Return On Sales**
Pagina 2
2. **Riduzione dei costi operativi**
Pagina 4
Fasi della riclassificazione del conto economico a costo del venduto
Pagina 4
3. **Composizione del Costo del Venduto**
Pagina 5
4. **Dipendenza dell'indice ROS con gli altri principali indici di bilancio**
Pagina 5



ROS: Return On Sales

Indice di ritorno dalle vendite

Definizione: L'indice di bilancio ROS Return On Sales serve a comprendere la bontà dell'efficienza di un'azienda in termini di redditività delle vendite o percentuale di guadagno lordo dalle vendite. Si ottiene mettendo in rapporto il risultato operativo con il volume dei ricavi di vendita.

La formula per ottenere l'indice **ROS Return On Sales** è la seguente: $ROS = (RISULTATO OPERATIVO / RICAVI DI VENDITA) \%$

Rappresenta un'espressione diretta dei legami tra prezzi di vendita, volumi e costi operativi, tenendo conto del fatturato netto realizzato.

Misura quindi la percentuale di guadagno lordo in termini di risultato operativo su 100 vendite nette. Maggiore è il suo valore e più la situazione risulta soddisfacente; il suo aumento è prodotto da un aumento dei ricavi o una diminuzione dei costi.

Non esiste un valore ottimale dell'indice di **ROS Return On Sales** e questo dipende dal tipo di azienda in considerazione e dal settore di appartenenza.

Ad esempio le aziende nel settore del commercio potrebbero presentare valori **ROS - Return On Sales** contenuti, nel caso in cui si limitino alla compravendita di prodotti senza apportare effettive modifiche e miglioramenti.

Le imprese del settore automotive invece avranno valori maggiori, poiché le loro attività fanno aumentare notevolmente di valore i prodotti e le materie prime acquistate e trasformate.

$$ROS \text{ (Return on Sales)} = \frac{\text{Reddito Operativo}}{\text{Ricavi di vendita}}$$

Un ulteriore fattore da tenere in considerazione è il momento in cui si trova l'azienda nel suo ciclo di vita; difficilmente una startup innovativa sarà in grado di coprire completamente i costi e avere un **ROS Return On Sales** durante le fasi iniziali della sua attività.

Tuttavia si possono fare 3 distinzioni:

- **Indice ROS positivo:** i ricavi sono in grado di coprire completamente i costi relativi alla gestione caratteristica e parte dei costi relativi alla gestione extra caratteristica, agli oneri finanziari e straordinari e a produrre un utile come remunerazione del capitale proprio.
- **Indice ROS nullo:** il flusso di ricavi caratteristici riesce a coprire solamente i costi relativi alla gestione caratteristica, mentre la copertura degli altri costi verrà eseguita tramite proventi finanziari e straordinari.
- **Indice ROS negativo:** i ricavi caratteristici non sono in grado di coprire i costi della gestione caratteristica.

Un indice **ROS Return On Sales** negativo, soprattutto se misurato su più periodi successivi, potrebbe segnalare una crisi produttiva aziendale.

Il **Reddito Operativo** (o risultato operativo) misura il reddito prodotto da un'azienda nel periodo preso in considerazione e, come nel caso degli altri indicatori di redditività, è ottenibile dalla riclassificazione del conto economico (operazione per raggruppare e semplificare le voci del conto economico, serve per ottenere un prospetto maggiormente sintetico che sia in grado di evidenziare le informazioni e i dati di cui abbiamo bisogno).

I ricavi di vendita relativi alla gestione caratteristica sono invece ottenibili dalla sezione A1 del conto economico.

Per comprendere al meglio l'utilità e il significato del **ROS Return On Sales**, è utile valutare i suoi valori in termini unitari, immaginando cioè che l'azienda venda un solo prodotto; in questo caso il denominatore andrebbe a corrispondere al prezzo di vendita del prodotto, mentre il numeratore sarebbe invece l'utile lordo dedotti i costi sostenuti per la produzione del prodotto e senza tener conto della gestione straordinaria, finanziaria, atipica e delle imposte.

Si può quindi intuire che per migliorare l'indice **ROS Return On Sales** serve aumentare la marginalità. Questo si ottiene attraverso due strade:

1. **Aumentare i prezzi di vendita per far aumentare i ricavi**; agendo in questo modo tuttavia meno persone saranno disposte ad acquistare il prodotto messo in vendita e si offrirebbe un vantaggio competitivo ai competitor che potrebbero sfruttare vendendo prodotti ad un prezzo minore. Si andrebbe così in contro ad una contrazione del volume delle vendite con conseguente riduzione dei ricavi, mitigando o annullando così il margine ottenuto aumentando i prezzi.
2. **Agire sul reddito operativo**. Esso può essere scomposto in: $REDDITO\ OPERATIVO = RICAVI\ DI\ VENDITA - COSTI\ OPERATIVI$. Per migliorare il reddito operativo si deve agire sui costi operativi, comprimendoli attraverso operazioni di efficientamento aziendale (ad esempio processi di introduzione della [Lean Production](#)).

Riduzione dei costi operativi

I costi operativi sono i costi sostenuti per gestire l'attività caratteristica di un'impresa.

Come dimostrato precedentemente essi partecipano alla composizione del reddito operativo; quest'ultimo è ottenibile dalla riclassificazione del conto economico a costo del venduto.

Tale riclassificazione è utile specialmente per le imprese produttive le quali solitamente hanno una maggiore necessità di monitorare i costi sostenuti nelle varie aree gestionali e una maggiore quantità di elementi che compongono i costi di produzione e gestione.

La sua caratteristica più importante è infatti quella di fornire una distinzione netta dei costi nelle diverse aree funzionali (produzione, progettazione, commerciali...), fornendo così un quadro generale del peso di ogni area nella composizione del costo complessivo.

Fasi della riclassificazione del conto economico a costo del venduto:

1) Suddivisione delle voci in costi Caratteristici ed Extra Caratteristici:

La **gestione caratteristica** riguarda costi e ricavi dell'attività produttiva dell'azienda.

Comprende quindi:

- Ricavi di vendita
- Costi diretti operativi: acquisti, servizi, manodopera, canoni di leasing
- Costi indiretti operativi: costi commerciali, amministrativi, ricerca e sviluppo, marketing

La gestione **Extra Caratteristica** riguarda invece ricavi e costi non ricollegabili direttamente all'attività principale dell'azienda ed è suddivisibile in:

- Gestione Accessoria: ad esempio ricavi e costi riguardanti gli immobili di proprietà dell'azienda utilizzati da terzi o quelli affittati dall'azienda.
- Gestione Finanziaria: ad esempio costi inerenti agli interessi per mutui e prestiti o ricavi ottenuti da interessi attivi.
- Gestione Straordinaria: proventi ed oneri legali riguardo ad esempio alla vendita di beni materiali come immobili o macchinari.

2) Calcolo del costo del venduto:

Il costo del venduto è l'insieme dei costi di produzione direttamente sostenuto per l'allocazione sul mercato di un determinato bene o servizio, comprendendo i costi delle materie prime, della manodopera e le spese di trasporto.

3) Calcolo del risultato lordo industriale:

RISULTATO LORDO INDUSTRIALE = FATTURATO - COSTO DEL VENDUTO

4) Calcolo del reddito operativo:

REDDITO OPERATIVO = RISULTATO LORDO INDUSTRIALE - ULTERIORI COSTI CARATTERISTICI NON DI PRODUZIONE

I costi caratteristici non di produzione sono identificabili nei costi di funzionamento aziendale e si possono suddividere nelle seguenti aree:

- commerciale e di distribuzione
- R&S
- marketing
- amministrativa
- tecnico/progettuale
- generale

Le fasi elencate solitamente sono comuni a tutti gli schemi di riclassificazione per costo del venduto, ma possono esserne aggiunte altre personalizzando l'analisi in base alle informazioni necessarie.

Il reddito operativo è il valore che ci interessa maggiormente poiché è quello che compare nella formula per calcolare il **ROS - Return On Sales**.

Esso è però ottenuto dal risultato lordo industriale all'interno del quale compare il costo del venduto; per migliorare il **ROS Return On Sales** bisognerà efficientare non solo i costi relativi alle altre aree gestionali caratteristiche ma anche gli altri costi che emergono durante l'attività produttiva e riconducibili al **Costo del Venduto**.

Composizione del Costo del Venduto

Seguendo il ragionamento eseguito precedentemente si può quindi suddividere il **Costo del Venduto** in:

- Costi per Acquisti di produzione: comprende i costi sostenuti per l'acquisto di materie prime e semilavorati, il costo dell'energia e altri costi legati alla produzione; bisognerà quindi scegliere fornitori che siano in grado di fornire un servizio economico ed efficiente.
- Costi Personale di Produzione: costi relativi alla manodopera.
- Costi per investimenti produttivi: comprende i costi relativi ad ammortamenti e canoni di leasing relativi ai beni produttivi.
- Variazione Rimanenze: differenza tra le rimanenze iniziali e quelle finali. Per ridurre questo valore sarà necessario efficientare i costi di gestione del magazzino attuando modelli produttivi come il JUST IN TIME.

Per migliorare il valore del **ROS Return On Sales** si dovranno effettuare interventi migliorativi e di riduzione dei costi attraverso operazioni di efficientamento della struttura produttiva e di riduzione degli sprechi, rendendo l'azienda maggiormente performante adottando politiche collegate alla [Lean Production](#).

Dipendenza dell'indice ROS con gli altri principali [indici di bilancio](#)

Poiché normalmente non è possibile aumentare i prezzi di vendita e mantenere invariato il volume delle vendite stesse, il **ROS Return On Sales** viene solitamente analizzato con il [ROT Return On Turnover](#) (TASSO DI ROTAZIONE DEGLI IMPIEGHI), il quale indica quante volte il capitale investito ritorna sotto forma di vendite in un anno amministrativo.

Ad un aumento del **ROS Return On Sales** solitamente corrisponde una diminuzione del [ROT Return On Turnover](#), ma se questa diminuzione è ridotta o nulla è probabile che la riduzione dei costi sia causata da interventi di efficientamento della struttura produttiva.

Il **ROS Return On Sales** infine influenza direttamente l'indice **ROI (Return On Investment)**, e un miglioramento del primo comporta un miglioramento del secondo e di conseguenza anche un aumento dell'indice **ROE (Return On Equity)**.

Altri principali indici di bilancio

Di seguito un breve elenco di alcuni dei principali indicatori di redditività aziendale?

- [ROI - Return On Investment \(ritorno dell'investimento\)](#)
- ROS - Return On Sales (redditività delle vendite)
- [ROE - Return On Equity](#)
- [ROD - Return On Debt](#)
- [ROA - Return On Assets](#)
- [ROGC - Reddito Operativo della Gestione Caratteristica](#)
- MOL - Margine Operativo Lordo o [EBIDTA](#) (capacità del capitale di generare valore)
- [EBIT - \(capacità del capitale di generare ricchezza al netto di tasse e interessi\)](#)

