

**Glossario**

Di seguito vengono spiegati i termini principali del programma di insegnamento-apprendimento myidea. I termini appartenenti all'area tematica della **fondazione di imprese** sono riportati in verde mentre quelli della **psicologia e pedagogia** in viola.

| **Termine** | **Spiegazione** |
| --- | --- |
| **Analisi della concorrenza** | Un'analisi della concorrenza descrive la valutazione sistematica delle aziende che offrono lo stesso prodotto o servizio (o prodotti simili) in un mercato geografico specifico e che quindi si rivolgono allo stesso gruppo di destinazione (target). Tra le altre cose, si cerca di capire quali caratteristiche specifiche caratterizzano la concorrenza, quali aspetti dell'offerta del concorrente sono migliori e quali invece sono peggiori. L'obiettivo dovrebbe essere quello di scoprire come la propria offerta si distingue dalla concorrenza (ad esempio attraverso una migliore qualità, funzioni supplementari o un prezzo più basso). |
| **Apprendimento esperienziale** | L'apprendimento basato sull'esperienza o l'apprendimento attraverso l'esperienza personale descrive l'apprendimento basato sull'esperienza vissuta in prima persona. Questo è collegato alle proprie azioni o alla partecipazione diretta agli eventi. Le esperienze personali degli studenti sono messe al centro. L'insegnante gioca il ruolo di facilitatore, cioè permette alle persone in formazione di fare le proprie esperienze.  Nel contesto di myidea, per esempio, gli studenti testano il **à "Minimum Viable Product" (MVP)** e con l'obiettivo di migliorarlo, raccolgono feedback di potenziali clienti, esperti del settore o possibili partner commerciali. |
| **AIDA** | AIDA è l'abbreviazione di un modello a tappe relativo all'efficacia della pubblicità. Descrive le fasi che un cliente attraversa e che dovrebbero portarlo a una decisione di acquisto:  **A = Attenzione**: suscitare l'attenzione dei potenziali clienti (per esempio attraverso una campagna pubblicitaria particolarmente suggestiva).  **I = Interesse**: suscitare interesse per il prodotto o servizio (per esempio offrendo una variante speciale di prodotto per un gruppo specifico).  **D = Desiderio**: suscitare il desiderio di possedere un prodotto o usare un servizio (per esempio attraverso una speciale promessa pubblicitaria).  **A = Azione**: i clienti sono motivati a comprare il prodotto o il servizio. |
| **Ammortamenti** | I beni aziendali perdono il loro valore nel tempo (ad esempio a causa dell'uso, del progresso tecnico o dell'usura). Questa riduzione di valore deve riflettersi anche nella contabilità. Questo è possibile grazie all'ammortamento annuale: con l'ammortamento, le spese per l'acquisizione o la produzione di beni economici sono distribuite sulla loro vita utile. Ciò impedisce che i costi di acquisizione o di produzione riducano completamente i profitti nel giro di un solo anno. |
| **Bootstrapping** | In riferimento alla storia del barone Münchhausen, che riesce a uscire dalla palude tirandosi per i capelli, il "bootstrapping" descrive la strategia adottata dai fondatori che autofinanziano la propria azienda, rinunciando in gran parte a finanziamenti esterni (per esempio da parte di banche, business angels o investitori).  Grazie all'approccio bootstrapping, i fondatori evitano anche di dover cedere delle quote aziendali agli investitori e/o pagare gli interessi su prestiti e crediti. In questo modo, mantengono la loro indipendenza e il pieno controllo sulla loro azienda. |
| **Break-Even Point** | Il break-even point è il punto di pareggio tra i ricavi delle vendite e i costi totali dell'azienda (costi variabili dei prodotti e servizi venduti più i costi fissi dell'azienda). L'azienda non realizza né perdite né profitti. A partire dal break-even point ogni prodotto o servizio venduto genera un profitto. |
| **Business Angel** | Business Angels sono investitori privati che apportano fondi a un'impresa nascente/startup in cambio di capitale di rischio della stessa, diventandone socio”[[1]](#footnote-2). I business angel sono spesso persone che hanno avuto successo come imprenditori e che ora vogliono finanziare e supportare le startup.  Oltre alle motivazioni finanziarie, il desiderio di restituire qualcosa e il piacere di essere coinvolti in idee nuove e innovative hanno spesso un ruolo. Anche in Svizzera ci sono alcune reti di business angels. Qui, i business angels si riuniscono per organizzare insieme la selezione di progetti di Startup adeguati e, se necessario, investire insieme nella loro realizzazione. Alcuni esempi sono le reti [btov](https://btov.vc/), [Business Angels Switzerland](https://www.businessangels.ch) e [StartAngels](https://www.startangels.ch/en/home-de/). |
| **Business Model (modello di business)** | ll modello di business spiega il funzionamento di un'impresa: Quale valore viene creato per i clienti **(à value proposition**)? Come si crea questo valore? Come si intende realizzare il fatturato?  Ci sono vari modi in cui un modello aziendale può essere presentato. Nel quadro di myidea, viene utilizzata una versione semplice della rappresentazione. Il **à Business Model Canvas** è probabilmente il tipo di rappresentazione più conosciuto. È più complesso della rappresentazione proposta in myidea. Tuttavia, può certamente essere usato nelle classi più avanzate. |
| **Business Model Canvas** | Il "Business Model Canvas" è probabilmente lo strumento più conosciuto per presentare un modello di business. È stato pubblicato da Alexander Osterwalder in un blog nel 2005 e raggruppa nove "building blocks", cioè aspetti che devono essere presi in considerazione, in una logica interna. Con il Business Model Canvas, **à un modello di business** può essere presentato chiaramente, analizzato, discusso con gli altri e sviluppato ulteriormente. È importante che i singoli componenti si completino e si rafforzino a vicenda. |
| **Business plan** | Un business plan è un documento completo che descrive tutti gli aspetti importanti e significativi di un’impresa. Dà una visione d'insieme di una impresa esistente o un progetto.  Un business plan può essere usato per vari scopi interni ed esterni. Internamente, il business plan può essere usato come un documento di lavoro per considerare sistematicamente tutti gli aspetti di un'impresa. Inoltre, il business plan può servire da "messa inaccordo sugli obiettivi" per controllare costantemente se si è sulla strada giusta. Esternamente, il business plan può essere usato, per esempio, per informare i futuri investitori o partner commerciali in merito all'azienda.  L'importanza del business plan nella comunicazione con le parti esterne è diminuita negli ultimi anni, mentre l'importanza dei **à pitch deck** è aumentata. |
|  |  |
| **Carattere distintivo** | Un carattere distintivo descrive l'unicità del prodotto. Questo è anche chiamato "USP". USP sta per "Unique Selling Proposition". Tradotto, questo significa argomentazione esclusiva di vendita **à "USP"**  La USP dovrebbe consistere in una caratteristica distintiva, qualcosa che vi differenzia dalla concorrenza.  Tuttavia, non basta distinguersi dalla concorrenza, la caratteristica deve anche essere significativa e desiderabile per i clienti.  Un carattere distintivo potrebbe essere, per esempio, la forma speciale di un prodotto, un design speciale, una caratteristica tecnica unica o il modo in cui si produce. |
| **Concetto di marketing** | Benché **à le** [**4P**](#Vier_p) siano componenti importanti di un concetto di marketing, questo comprende anche, per esempio, gli obiettivi di marketing, una strategia di marketing globale, il marketing mix (cioè le **à** [**4P**](#Vier_p)) e il controlling (cioè il verificare se le misure di marketing hanno effettivamente portato al successo desiderato). Poiché lo sviluppo di un concetto di marketing richiede di solito molto tempo, nel programma myidea ci limitiamo alle **à** [**4P**](#Vier_p). |
| **Conoscenza negativa** | La conoscenza negativa descrive la conoscenza di come qualcosa non è, di cosa non bisogna fare in una certa situazione o contesto, di quali soluzioni sono sbagliate o di quali sono cattive strategie per risolvere un dato problema. Si è consapevoli di cosa non fare o quali strade evitare. La conoscenza negativa si costruisce attraverso le proprie esperienze e le esperienze indirette. È il risultato dell'apprendimento dagli errori (propri e/o altrui).  In myidea, per esempio, si lavora su casi di studio che hanno un esito negativo, cioè dove i fondatori falliscono. Lavorando su questi casi negativi, gli studenti imparano a conoscere ragioni importanti per cui un'impresa può fallire e a trovare modi per prevenire tale fallimento. |
| **Costi fissi** | I costi fissi sono costi che rimangono stabili durante un dato periodo contabile, indipendentemente da quante unità di un prodotto o servizio sono prodotte e vendute. |
| **Costi variabili** | I costi variabili sono costi che aumentano o diminuiscono a seconda del numero di prodotti fabbricati o del numero di servizi forniti. |
| **Creazione di valore** | La **à** **creazione di valore** è una componente del modello di business. Illustra come viene creato il prodotto o il servizio. Per esempio, si tratta di chiarire quali attività chiave devono essere svolte per soddisfare la proposta di investimento, quali risorse chiave sono necessarie e con quali aziende partner dovrebbe avvenire la collaborazione. |
| **Crowdfunding** | Il crowdfunding è una fonte di finanziamento nella quale molte persone contribuiscono alla realizzazione di un progetto, spesso con piccoli contributi. Il processo si svolge di solito tramite piattaforme di crowdfunding. Ci sono diversi tipi di crowdfunding. Per i fondatori, sono particolarmente importanti il "crowdsupporting" e il "crowdinvesting":  **Crowdsupporting**: il Crowdsupporting è spesso usato per progetti creativi, culturali o commerciali. Gli investitori di solito ricevono un pagamento una tantum sotto forma di prodotti, servizi o opere artistiche. Piattaforme di crowdsupporting ben note sono, per esempio [kickstar­ter](https://www.kickstarter.com/) o [wemakeit](https://wemakeit.com).  **Crowdinvesting:** il Crowdinvesting sostiene soprattutto le giovani imprese che hanno bisogno di denaro nella fase iniziale dello sviluppo. Gli investitori ricevono quote della società. Una piattaforma svizzera di crowdinvesting è [Verve Ventures](https://www.verve.vc) (che una volta si chiamava investiere.ch) |
| **Cashflow** | Il cash flow confronta i pagamenti in entrata (per esempio i pagamenti dai clienti, i rimborsi fiscali) e i pagamenti in uscita (cioè i flussi di cassa effettivi reali) di un certo periodo.  Importante: il fatturato a volte non ha un effetto immediato sulla liquidità. Per esempio, se a un cliente viene concesso un termine di pagamento di 30 giorni, a volte è necessario aspettare questo periodo prima di essere pagati. Nel caso di clienti morosi, questo tempo può durare ancora di più.  Poiché il cash flow è calcolato per un certo periodo di tempo (ad esempio l'anno commerciale), in determinate circostanze può anche essere negativo (ad esempio se i debiti sono stati pagati), ma questo non significa automaticamente che una società sia insolvente. Tuttavia, se un'azienda ha un cash flow negativo per diverso tempo, questo può comprometterne la solvibilità. Al contrario, se un cash flow positivo viene registrato per diversi periodi, ciò significa che l'azienda genera **à** **liquidità** dalle proprie attività commerciali e nel tempo può quindi, per esempio, pagare eventuali debiti in modo indipendente. Mentre la liquidità descrive la solvibilità di un'azienda in un momento specifico, il cash flow può dare un'indicazione di come la liquidità si svilupperà in futuro. |
| **Economics of One Unit (EOU)** | Economics of One Unit (conosciuta anche come «unit economics") è un metodo usato per determinare se un modello aziendale può essere redditizio. Esso calcola se la produzione e la vendita di una singola unità di prodotto o servizio saranno redditizie.  Questo non può mai essere calcolato o previsto con assoluta certezza, dal momento che ogni volta si devono fare un gran numero di considerazioni e ipotesi. Tuttavia, i calcoli a livello di unità sono spesso più realistici dei calcoli a livello complessivo dell'azienda. |
| **Effectuation** | "Effectuation" può essere descritto come *il* "metodo imprenditoriale". È un metodo o un approccio utilizzato da fondatori esperti per avviare e sviluppare imprese. “Effectuation" riassume una visione generale delle condizioni ed una serie di euristiche.  La visione generale può essere descritta come segue: il futuro è plasmato dalle persone e di conseguenza non può essere previsto. Al contrario, il futuro è caratterizzato da una grande incertezza. Pertanto, non ha senso fare previsioni o pronostici sul momento perfetto per la fondazione di un'impresa, sull'idea imprenditoriale ottimale o sull'approccio ideale. Ha più senso "esplorare e agire".  L'euristica include il "principio del bird in the hand" (usare le risorse disponibili come punto di partenza per vari obiettivi possibili) o il "principio della limonata" (usare le sorprese, anche quelle presumibilmente cattive come un utile feedback per lo sviluppo ulteriore il proprio progetto). |
| **Effetto Pigmalione** | L'effetto Pigmalione, chiamato anche effetto dell'aspettativa sociale, descrive il fenomeno tale per cui le persone attraverso le loro aspettative inducono eventi attesi. Un insegnante che si aspetta poco impegno da un allievo lo tratterà diversamente da quello da cui si aspetta notevole impegno. In questo modo, l'insegnante contribuisce a far sì che l'allievo ritenuto "sfaticato" faccia sempre meno sforzo nel corso del tempo.  Nel programma myidea, è importante che gli insegnanti abbiano fiducia nelle persone in formazione, affinché possano sviluppare un'idea imprenditoriale e presentarla con successo. Questo significa che le incoraggiano e le sostengono. |
| **Finanziamento aziendale** | Per sopravvivere, un'impresa ha bisogno di risorse finanziarie. Queste possono essere necessarie per la produzione di beni, per le attività di marketing, per l'espansione o per vari altri scopi. Il finanziamento aziendale è un'attività importante e si occupa dei bisogni finanziari di un'azienda. Prende in considerazione sia le necessità di finanziamento attuali che quelle future (per le quali di solito si prepara un piano finanziario). Per il finanziamento aziendale si usano diversi tipi di finanziamento: vendite di prodotti e servizi, capitale proprio, prestiti, crediti, ecc. Il finanziamento aziendale risponde alle seguenti domande: come vengono soddisfatti i bisogni finanziari dell'azienda? Da dove provengono questi fondi? Quanto costano? (per esempio, gli interessi devono essere pagati normalmente su prestiti e crediti)? |
| **Fondare con terze parti** | Il concetto di " fondare con componenti " consiste nel fatto che i fondatori possono sviluppare e realizzare le loro idee imprenditoriali in collaborazione con dei partner che forniscono all'impresa determinate prestazioni.  Il principio è che se ci sono fornitori di servizi che possono eseguire un compito meglio del fondatore stesso e allora può avere senso lavorare con aziende partner. In questo modo, il fondatore può occuparsi del lavoro dell'azienda invece di lavorare solo nell'azienda. Inoltre, i costi fissi possono essere mantenuti bassi.  Il concetto è stato sviluppato dal professor Dr. Günter Faltin. Faltin è il promotore della Campagna del tè, un'azienda lanciata nel 1985 e organizzata secondo il principio del " fondare con componenti". |
| **Indipendente** | Gli indipendenti sono persone che partecipano all'attività economica individualmente a proprio rischio e investendo lavoro e capitale proprio, con l'obiettivo di ottenere un profitto. La forma di organizzazione, cioè se l'indipendente è registrato nel registro di commercio come ditta individuale o come società a responsabilità limitata, è irrilevante.  Ci sono regole speciali per i lavoratori indipendenti per quanto riguarda le tasse e l'assicurazione contro la disoccupazione, tra le altre cose. Il termine lavoratore indipendente è generalmente usato per descrivere una persona fisica e non una persona giuridica con diversi dipendenti. |
| **Lean Startup** | Lean Startup è un metodo pratico e "snello" per testare e sviluppare idee imprenditoriali in una fase iniziale e con poche risorse finanziarie.  L'idea centrale è quella di avvicinarsi ai clienti nella fase iniziale con un "Minimum Viable Product" (MVP), cioè un "prodotto minimamente funzionale", per raccogliere e valutare sistematicamente il loro feedback, e poi sviluppare gradualmente il prodotto o servizio.  Il concetto di Lean Startup è stato formulato in modo decisivo da Eric Ries, il quale dalla pubblicazione del suo libro "The Lean Startup" nel 2011 è considerato un pioniere della "gestione snella". |
| **Liquidità** | Con liquidità si intende la solvibilità. Se un’impresa non ha problemi di liquidità significa che in un certo periodo di tempo entrano più soldi di quanti ne escano. Se un'impresa è in crisi di liquidità, i versamenti da effettuare sono maggiori degli introiti. Garantire la liquidità è un compito centrale per un'impresa. È quindi essenziale che i fondatori elaborino un piano di liquidità. Questo confronta tutti i pagamenti in entrata e in uscita previsti per un dato periodo. Questo dovrebbe garantire la solvibilità in ogni momento e determinare le necessità di finanziamento a breve termine. Qualsiasi lacuna deve essere colmata con capitale proprio o esterno. Se la liquidità non può più essere garantita, c'è un grande pericolo che l'azienda debba dichiarare fallimento. |
| **Margine di contribuzione** | Il margine di contribuzione è calcolato sottraendo i costi variabili dal prezzo di vendita. Il margine di contribuzione è l'importo disponibile per unità venduta per coprire i costi fissi e generare il profitto (se il break-even point è stato superato). |
| **Marketing** | Il marketing può essere inteso come un concetto integrato che implica l'allineamento di un'azienda nel suo insieme ai bisogni del mercato. Non è quindi sinonimo di "pubblicità" o "azioni promozionali". Per prendere in considerazione questo concetto organico, nel programma di insegnamento/apprendimento usiamo il concetto delle **à** [**4P**](#Vier_p). |
| **Minimum Viable Product (MVP)** | Un "Minimum Viable Product" (MVP) è una versione funzionante (se possibile) di un prodotto o servizio. Contiene tutte le funzioni necessarie, ma niente di più. Con l'aiuto del MVP, si dovrebbero raccogliere sistematicamente i feedback dei potenziali clienti per sviluppare continuamente il prodotto o il servizio.  Se non è possibile creare un prodotto o servizio funzionante, si può pensare ad alternative con l'aiuto delle quali il prodotto/servizio progettato può essere provato e mostrato |
| **Modello dei ricavi** | Il modello di entrate descrive come e da quali fonti un'azienda genera entrate (ad esempio con la vendita di un prodotto, con la vendita di abbonamenti o ricevendo commissioni). |
| **Modello di business** | vedi **à** [**Business Model**](#Business_Model) |
| **Piccola media impresa (PMI)** | Secondo una indicazione della Commissione europea, una PMI è una azienda con meno di 250 dipendenti, con un fatturato inferiore a 50 milioni di euro o un totale di bilancio inferiore a 43 milioni di euro. Inoltre, dovrebbe essere un'impresa indipendente, cioè il 25% o più del capitale o dei diritti di voto non deve essere controllato da un'altra impresa - direttamente o indirettamente (Commissione UE, 2003).  Spesso, quando si parla di PMI, si prende in considerazione solo il numero dei dipendenti. |
| **Pitch** | In generale, nel campo degli affari, un "pitch" è un discorso di vendita. In relazione ai giovani imprenditori, si intende la presentazione di un'idea imprenditoriale per convincere, per esempio, gli investitori, la giuria di un concorso di business plan o possibili partner commerciali. |
| **Pitch Deck** | Un pitch deck è un insieme di diapositive usate per presentare un progetto di Startup. Un pitch deck può essere usato in molti modi e, a seconda dell'occasione comunicativa, persegue diversi obiettivi. Il gruppo di diapositive deve essere adattato di conseguenza:   * Un "teaser" può essere lungo da due a tre pagine. Un teaser può essere usato per suscitare l'interesse di potenziali partner o investitori. È quindi adatto per un primo approccio. * Un pitch deck più lungo, da 10 a 20 pagine, può essere usato per gli investitori o una giuria di business plan.   Se un investitore mostra un grande interesse, si può preparare una presentazione più dettagliata (da 20 a 40 pagine). Questa può poi essere usata, per esempio, per una discussione più lunga con gli investitori. |
| **Profitto** | Il profitto può essere calcolato confrontando i costi (per esempio le spese per il personale, l'ammortamento) e i ricavi (per esempio derivanti dalla vendita di prodotti) di un certo periodo. Se i costi sono inferiori ai ricavi, è stato realizzato un profitto. I profitti possono essere calcolati per un intero anno commerciale, ma anche per unità di tempo più brevi (per esempio per un trimestre). |
| **Proposta di valore** | Ogni azienda deve creare benefici per i suoi clienti. Come componente di un modello aziendale, la proposta di valore fornisce informazioni sui benefici creati o sul valore creato. Un beneficio per il cliente può essere, per esempio, che il prodotto in questione è stato prodotto in modo particolarmente sostenibile, che il funzionamento di un servizio funziona senza problemi o che il design è così unico che i clienti si sentono unici a loro volta. |
| **Prototipo** | Un prototipo è una versione grezza o di prova di un prodotto. A volte i prototipi sono parzialmente o completamente funzionali.  I prototipi possono essere utilizzati per vari scopi. Per esempio, per avere le idee chiare sul formato o il design di un prodotto o per ottenere un feedback da potenziali clienti o possibili aziende partner. |
| **4P del Marketing** | Le 4P indicano "Prodotto", "Prezzo", "Luogo" e "Promozione". La progettazione di questi quattro strumenti insieme determina il marketing mix di un'azienda. Le 4P possono quindi essere viste come una cornice che permette di prendere importanti decisioni di marketing in modo sistematico.  Le 4P sono state originariamente proposte da Edmund Jerome McCarthy, un professore americano di marketing, che nel suo libro "Basic Marketing: A Managerial Approach" edito nel 1960, ha proposto le 4P. |
| **Return on Investment (ROI)** | Il termine "return on investment" è un indicatore finanziario che risulta dal rapporto tra il profitto e il capitale investito. Per esempio, se una casa viene acquistata per CHF 400'000 e venduta dopo qualche tempo a CHF 600'000, il ROI è del 50% (CHF 200'000 / CHF 400'000). |
| **Scalabilità di un modello di business** | Un modello di business è definito scalabile se può essere adattato senza grossi problemi in modo da poter servire un gran numero di clienti. È importante che il mercato, cioè il numero di potenziali clienti interessati al prodotto o al servizio, sia abbastanza grande (a seconda del modello di business) e possa essere anche internazionale.  La scalabilità descrive uno stato in cui la quantità di output e quindi il fatturato possono aumentare senza dover fare nuovi investimenti dello stesso ordine di grandezza. Questo è soprattutto il caso dei modelli di business digitali: Facebook, per esempio, non deve fare investimenti significativi per servire un utente in più, poiché lavora con una piattaforma scalabile. Stesso discorso per aziende come Spotify, Uber, Netflix e Airbnb. |
| **Social Business** | Un Social Business è un'azienda il cui obiettivo principale è quello di realizzare un beneficio sociale. I profitti sono reinvestiti piuttosto che distribuiti come dividendi agli azionisti. Rispetto ad una **à Social Entreprise, i** Social Business tendono ad essere organizzazioni che generano reddito sul mercato. Le Social Entreprise, d'altra parte, hanno spesso modelli di ricavo misti, che possono anche includere donazioni. |
| **Social Entrepreneur** | I Social Entrepreneurs sono persone che fondano organizzazioni **(à**[**Social Businesses**](#Social_Business) **oà** [**Social Enterprises**](#Social_Enterprise)**)** per attenuare e combattere problemi sociali con l'aiuto di metodi imprenditoriali. Esempi di Social Entrepeneurs svizzeri e delle loro organizzazioni si trovano sul sito della [SENS](https://sens-suisse.ch). |
| **Social Enterprises** | Una Social Enterprise è un'azienda il cui obiettivo principale è quello di raggiungere un beneficio sociale o ambientale. A differenza delle Social Business, che sono finanziate dalle entrate generate sul mercato, le Social Entreprises hanno spesso modelli di ricavo misti che possono includere donazioni. |
| **Startup** | Una Startup in senso lato è una nuova azienda nelle prime fasi di sviluppo. Secondo questa definizione, anche tutte le nuove imprese iscritte nel registro di commercio sono delle Startup. Per il programma myidea, tuttavia, usiamo una definizione un po' più ristretta per distinguere il termine Startup dall'avvio di un'impresa (cioè il passaggio all'indipendenza professionale come ditta individuale o PMI con uno o più dipendenti).  Per noi una Startup è un'azienda innovativa e orientata alla crescita che con un prodotto o un servizio scalabile (**à** **scalabilità di un modello aziendale**) colma un vuoto nel mercato. Una Startup è spesso, ma non necessariamente, basata su una nuova tecnologia. |
| **Unique Selling Proposition (USP)** | La "Unique Selling Proposition" è il termine inglese per determinare  il **à carattere distintivo di una proposta di valore**. |
| **Value Proposition** | vedi **à proposta di valore** |
| **Valore aggiunto** | Il valore aggiunto descrive la differenza tra il valore di un prodotto che l'azienda produce meno gli input. Così, il valore aggiunto risulta da un processo di trasformazione in cui un certo input (ad esempio tavole di legno e viti) viene trasformato in un output (ad esempio un tavolo) e quindi viene creato un valore aggiunto. Vedi anche **à** [**Creazione**](#Leistungserstellung) **del servizio**. |
| **Venture Capitalists (VC)** | Un venture capitalist è un'organizzazione di investitori che investono in società non quotate e ricevono in cambio azioni della stessa società. Una venture capitalist può essere considerata un fondo di investimento: diversi investitori (sia persone fisiche benestanti che aziende) versano il capitale in questo fondo e un gestore del fondo decide poi, in conformità con le regole di investimento (i fondi di solito si concentrano su un settore specifico o una tecnologia specifica), in quali Startup investire. Tali investimenti sono molto rischiosi, poiché molte Startup alla fine falliscono. Tuttavia, se il gestore del fondo scommette sull'impresa giusta e questa ha un grande successo, il valore delle azioni di sale alle stelle. Poiché i fondi di capitale di rischio hanno una durata limitata, di solito tra gli otto e i dieci anni, ci si aspetta che le Startup raggiungano un grande successo durante questo periodo. Prima della fine della durata del fondo, le azioni della società vengono vendute, idealmente con un ampio margine di profitto (il cosiddetto **à return on investment**, cioè il rendimento in relazione al capitale investito). I singoli investimenti da parte dei venture capitalist possono variare da un milione a centinaia di milioni di franchi. |
| **Visione** | Una visione rivela l'orientamento di un'azienda a lungo termine. Dovrebbe riflettere l'idea di base o il principio guida di un'azienda. Una buona visione può liberare delle forze, dare un orientamento e un senso ai fondatori e ai dipendenti. |
| **Worked Example** | Un worked example è un caso guidato esemplificativo che contiene la definizione del problema, i passaggi necessari alla soluzione e la soluzione finale. I worked example possono essere usati dalle persone in formazione come modelli per risolvere certi tipi di problemi.  Nel programma myidea, per esempio, il "filmato del panino" è usato per mostrare quali sono i passi da compiere nella creazione di un'impresa, cosa bisogna prendere in considerazione e quali sono le sfide centrali. |

1. <https://it.wikipedia.org/wiki/Angel_investor>, 18.05.2021 [↑](#footnote-ref-2)