

## Raportul PwC Global Family Business Survey: Valorile solide sprijina creșterea afacerilor de familie în ciuda temerilor legate de posibile perturbări



**Conform celei mai recente ediții a raportului Global Family Business Survey realizat de PwC, afacerile de familie trebuie să caute să-și maximizeze avantajul competitiv care vine din cultura puternică bazată pe valori.**

Rezultatele studiului din acest an au reliefat faptul că afacerile de familie au raportat o dezvoltare solidă în ultimul an financiar. La nivel global, 69% dintre participanții la studiu au declarat că au înregistrat o creștere a cifrei de afaceri. Se observă o ușoară apreciere față de ediția precedentă a raportului când 64% dintre respondenți considerau că afacerea lor a înregistrat o evoluție pozitivă în ultimul an. Veniturile sunt previzionate să crească în continuare pentru majoritatea afacerilor (84%), iar 16% spun că se așteaptă la o creștere „rapidă” și „agresivă”. În România, procentul afacerilor de familie cu perspective de creștere pentru următorii doi ani este mai mic - 71%, cu 17% mizând pe o creștere „agresivă”.

Pe regiuni, proprietarii de afaceri din Orientul Mijlociu și Africa sunt printre cei mai optimiști, 28% dintre aceștia se așteaptă la o creștere agresivă. Sunt urmași în aceste previziuni de cei din zona Asia Pacific (24%), Europa de Est (17%), America de Nord (16%), America Centrală și de Sud (12%) și Europa de Vest (11%).

Afacerile de familie aflate la prima generație le depășesc clar pe cele conduse de generații subsecvente în abilitatea lor de a genera creșteri de două cifre. Acest lucru evidențiază nevoia de a găsi un echilibru între asigurarea continuității modelului de afaceri și apetitul pentru inovație și transformare.

Printre cele mai importante provocări enunțate de proprietarii afacerilor de familie sunt inovația (66%), accesul la angajații cu abilități și calificări necesare dezvoltării afacerii (60%) și digitalizarea (44%). Într-adevăr 80% dintre cei intervievați vad în digitalizare, inovare și tehnologie provocări semnificative pentru afacerile lor.

Antreprenorii români consideră că provocările cele mai importante pentru următorii doi ani sunt reprezentate de mediul economic (69%), nevoia de inovare (68%), cadrul de reglementare (56%), securitatea cibernetică (56%) și competiția venită din partea companiilor internaționale (51%).

În mod surprinzător, ediția 2018 a raportului arată legătura între a pune valorile în centrul planificării strategice și perspectivele solide de creștere. Deși 75% dintre afacerile de familie consideră că valorile proprii și cultura organizațională puternică le oferă un avantaj competitiv în fața altor tipuri de afaceri, mai puțin de jumătate (49%)

dintre respondenți au declarat ca au articulat în scris aceste valori.

Printre acele afaceri de familie care au raportat creșteri anuale de doua cifre, 53% au putut sa indice un set de valori bine structurat. Acest lucru reflecta accentul tot mai mare pus pe nevoia de integrare a strategiilor de proprietate a unei afaceri de familie și a celor de creștere a companiei.

„Mesajul pe care îl putem desprinde de aici este ca: adoptarea unei poziții clare în ceea ce privește valorile pe care le promoveaza o companie genereaza practici care aduc rezultate în termeni reali. Un angajament față de un set bine definit de valori poate acționa ca o ‘busola internă’ pentru o afacere de familie și poate oferi un ajutor pe masura în lupta cu noile provocari aduse de schimbarile tehnologice profunde. Un element relevant de rezultatele acestui studiu este faptul ca valorile unei afaceri de familie nu sunt același lucru cu valorile unei familii. Valorile afacerilor de familie trebuie sa fie în mod clar definite și articulate și, în același timp, trebuie sa fie încorporate în cultura companiei, iar lanțul de luare a deciziilor sa fie în mod regulat revizuit”, a declarat **Mihai Anița**, *Partener, Liderul Echipei integrate de servicii pentru companiile antreprenoriale, PwC România*.

Raportul **PwC Family Business Survey** releva, de asemenea, detalii despre modul în care ritmul schimbarilor tehnologice și diferențele dintre generații fac posibila abordarea afacerilor de familie asupra planificarii moștenirii și succesiunii.

- Îngrijorarea referitoare la amenințările legate de schimbarile digitale variaza de la apariția unor noi competitori, pâna la vulnerabilitate în ceea ce privește securitatea, iar percepția acestei amenințari este mai ridicata decât media ( care este de 30%) în sectorul de media și divertisment (65%), retail (53%) și în servicii financiare (52%).
- Peste un sfert (26%) dintre organizațiile mari (cu venituri de peste 100 de milioane de dolari) au identificat inteligența artificială și robotica drept o îngrijorare în urmatorii doi ani; procentul este semnificativ mai mare comparativ cu acele companii care au venituri de sub 20 de milioane de dolari (16%).
- 69% dintre respondenți spun ca se așteapta și chiar încurajeaza generația urmatoare de lideri ai afacerii - inclusiv membrii familiei - sa capete experiența și sa dezvolte aptitudini și calificari în afara afacerii de familie pentru a ține pasul cu inovația.

„Peste 350.000 de afaceri private și de familie se pregatesc sa schimbe generațiile în anii ce urmeaza, iar îngrijorarile referitoare la planificarea continuității sunt de înțeles. Urmatoarele generații vor trebui sa faca față unui mediu complet nou în ceea ce privește impactul noilor tehnologii cum ar fi inteligența artificială și robotica, precum și riscurile ridicate de securitatea cibernetică”, a precizat Mihai Anița.

În ciuda încrederii afacerilor de familie și a potențialului de creștere, raportul avertizeaza asupra faptului ca obiectivele de creștere nu sunt întotdeauna atinse.

„În timp ce aspirațiile sunt ridicate, concentrarea pe planificarea strategică ramâne un punct slab pentru multe afaceri de familie. 21% spun ca nu au niciun plan strategic, 30% au un plan în minte, dar nu este unul foarte bine creionat. În orice caz, din cei 49% care au planuri formale pe termen mediu, 42% au înregistrat creșteri de doua cifre. Acest lucru arata o corelare foarte puternică între planificarea strategică și performanța și construirea de obiceiuri care, peste timp, creaza o moștenire distinctă. Viteza cu care se schimba mediul de afaceri este mult mai mare decât a fost vreodata. Doar pentru simplul fapt ca o afacere este în creștere acum, acest lucru nu înseamna ca aceasta va continua sa creasca. Acum, mai mult ca oricând, valorificarea avantajelor inerente ale acestui tip de afaceri necesita ca familiile care le dețin sa puna laolalta doua elemente esențiale - strategia de proprietate și cea de creștere a afacerii”, a spus **Ionuț Sas**, *Partener, Liderul echipei de consultanța fiscală și juridică pentru afacerile de familie, PwC România*.