

Filipescu (Deloitte): România nu este o piață de cumparatori; în 90% din cazuri asistăm vânzări de firme românești către cumparatori străini

România nu este o piață de cumparatori ci, mai degrabă, una de vânzatori, în condițiile în care sunt rare situațiile în care companii românești cumpără firme străine iar pe plan intern un procent de 90% din fuziuni și achiziții vizează companii românești care sunt cumparate de investitori străini, a declarat marti Ioana Filipescu, partener Deloitte România pentru fuziuni și achiziții.

"Din păcate, România nu este o piață de cumparatori, ci mai degrabă o piață de vânzatori. Ca profesionist în Fuziuni și Achiziții, în 90% din cazuri asistăm vânzări de firme românești către cumparatori străini. Dar există și vesti îmbucurătoare, există și companii românești care au devenit achizitive, care consolidează piața prin tranzacții", a afirmat reprezentanta Deloitte.

Aceasta a arătat că firmele din țările din zona geografică a României sunt mai achizitive decât companiile românești.

"Rarism vedem companii românești care cumpără peste hotare și care se internaționalizează, este o situație foarte rar întâlnită, probabil vedem o dată la fiecare doi ani că există o tranzacție. În timp ce polonezii sunt foarte achizitivi, dar și ungurii sunt mai achizitivi în România, bulgarii, totuși sunt mai achizitivi decât românii. Deci, ca o critică a mediului de afaceri, probabil că trebuie făcute multe pentru consolidarea pieței locale și chiar pentru expansiunea, din aproape în aproape. Ai un model de business, îl poți replica. În principiu ar trebui să epuizezi posibilitățile de creștere locale ca să te duci apoi în exterior", a opinat Ioana Filipescu.

Reprezentanta Deloitte a estimat că firmele create cu scopul explicit de a fi vândute nu au un viitor economic bun.

"La un moment dat, orice antreprenor cochetează cu gândul 'cum o să ies?'. Nu există o rețetă, ce pot să spun cu siguranță despre asta e că o companie făcută pentru asta (pentru vânzare, n.red.) are toate șansele să nu fie prea bună. Companiile făcute pentru a fi vândute nu pot fi flipuite (vândute rapid, n.red.), de cele mai multe ori rețetele astea de câștig magic nu sunt validate de piață, în schimb inversul este premiat: companiile făcute de antreprenori ca să fie menținute, fără o logică mercantilă, reușesc să creeze valoare, și valoarea este rasplatită cum un multiplicator de pret", a apreciat Ioana Filipescu.

Consultanta Deloitte a făcut aceste declarații în cadrul reuniunii de afaceri cu tema "Dezvoltarea Accelerată a Afacerilor", organizată de Elite Business Women - comunitatea femeilor antreprenor din România.

În discursul său adresat femeilor antreprenor, președintele Patronatului Investitorilor Autohtoni (PIAROM), Cristian Pârvan, a estimat că marele avantaj al acestora față de bărbații antreprenori e intuiția.

"Femeile antreprenor au un mare avantaj față de bărbați, pentru că ele sunt mai hotărâte și cred că lucrează mult mai mult decât bărbații pe intuiție. Până la studii, modele, calcule, intuiția feminină e unul din instrumentele care deosebeste atât un antreprenor față de un neantreprenor, dar și o antreprenor față de un antreprenor. Antreprenorul o ia pe căile lui, crede că le știe pe toate, ori intuiția simte, ori asta e o chestie foarte importantă", a apreciat liderul PIAROM.

"Trebuie să înțelegi că va puteți dezvolta afacerea prin transversalitate, adică înglobând într-o idee mai multe tipuri de afaceri, oferind un pachet de servicii, un pachet de produse. Numai un produs va baga în masă celorlalți", a recomandat Cristian Pârvan.

Pe de alta parte, managerul pentru România al Answer, Raluca Radu, a apreciat ca piata româneasca de comert electronic are în continuare un foarte mare potential.

"Piata de e-commerce din România creste foarte accelerat si e, în acest moment, un domeniu foarte sexy. Vestea si mai buna este ca domeniul va creste chiar si mai mult. Piata de e-commerce din România înca este în urma celorlalte din regiune. Asta e un lucru bun, pentru ca e clar ca înspre acolo ne îndreptam si noi. În acest moment, din 19 si ceva milioane de români, vreo 12 milioane sunt internauti, adica folosesc internetul. Ca idee, din punctul acesta de vedere, suntem chiar la coada Europei, în sensul în care exista foarte mult potential, pentru ca exista foarte multi oameni care nu folosesc internetul si care vor intra pe internet în urmatorii ani", a apreciat Raluca Radu.

Aceasta aminteste ca românii cumpara tot mai mult de pe dispozitive mobile.

"Din punct de vedere al e-commerce, suntem la 3 milioane si ceva de cumparatori online din România, o cifra oarecum de speriat pentru cei care au magazine online, dar pe de alta parte e o cifra buna, pentru ca e clar ca piata nu si-a atins întregul potential: din 12 milioane de internauti, doar 3,6 milioane au cumparat macar o data online. Deci potentialul de crestere este foarte mare. Ca alte particularitati, românii cumpara mai ales de pe device-uri mobile. E o adevarata surpriza: în România, 70 la suta din traficul magazinelor online e venit de pe device-uri mobile, si aproape jumatate din cumparaturile online se fac tot de pe device-uri mobile", a adaugat reprezentanta Answer.

Cele mai multe cumparaturi online din România se fac înca pe electronice si electrocasnice, desi în pietele vecine cele mai vândute sunt obiectele de fashion, a adaugat Raluca Radu.

Organizatorii reuniunii au amintit ca din cele 650.000 de companii fondate în România, 240.000 au fost create de femei, astfel încât aproximativ o treime din firmele românești au fost fondate de femei.