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

- Raportul PwC Family Business Survey 2018-2019 arată faptul că evoluția afacerilor de familie în ultimul an financiar a fost pozitivă.
- Afacerile de familie aflate la prima generație au depășit în mod clar rezultatele acelor afaceri aflate la a doua sau a treia generație de proprietari în ceea ce privește abilitatea lor de a genera creșteri de două cifre.
- 53% dintre afacerile care au raportat creșteri de două cifre au un set clar și articulat de valori pe care le urmează.

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

a crește 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 urmați 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 văd 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 că au articulat în scris aceste valori.

Printre acele afaceri de familie care au raportat creșteri anuale de două cifre, 53% au putut să indice un set de valori bine structurat. Acest lucru reflectă 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 că: adoptarea unei poziții clare în ceea ce privește valorile pe care le promovează o companie generează practici care aduc rezultate în termeni reali. Un angajament față de un set bine definit de valori poate acționa ca o <<busolă internă>> pentru o afacere de familie și poate oferi un ajutor pe măsură în lupta cu noile provocări aduse de schimbările tehnologice profunde. Un element relevat de rezultatele acestui studiu este faptul că valorile unei afaceri de familie nu sunt același lucru cu valorile unei familii. Valorile afacerilor de familie trebuie să fie în mod clar definite și articulate și, în același timp, trebuie să fie încorporate în cultura companiei, iar lanțul de luare a deciziilor să 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 relevă, de asemenea, detalii despre modul în care ritmul schimbărilor tehnologice și diferențele dintre generații fac posibilă abordarea afacerilor de familie asupra planificării moștenirii și succesiunii.

- Îngrijorarea referitoare la amenințările legate de schimbările digitale variază de la apariția unor noi competitori, până la vulnerabilitate în ceea ce privește securitatea, iar percepția acestei amenințări este mai ridicată 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 următorii 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 că se așteaptă și chiar încurajează generația următoare de lideri ai afacerii – inclusiv membrii familiei – să capete experiență și să dezvolte aptitudini și calificări în afara afacerii de familie pentru a ține pasul cu inovația.

„Peste 350.000 de afaceri private și de familie se pregătesc să schimbe generațiile în anii ce urmează, iar îngrijorările referitoare la planificarea continuității sunt de înțeles. Următoarele generații vor trebui să facă 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 avertizează asupra faptului că obiectivele de creștere nu sunt întotdeauna atinse.

„În timp ce aspirațiile sunt ridicate, concentrarea pe planificarea strategică rămâne un punct slab pentru multe afaceri de familie. 21% spun că 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 două cifre. Acest lucru arată o corelare foarte puternică între planificarea strategică și performanță și construirea de obiceiuri care, peste timp, crează o moștenire distincta. Viteza cu care se schimbă mediul de afaceri este mult mai mare decât a fost vreodată. Doar pentru simplul fapt că o afacere este în creștere acum, acest lucru nu înseamnă că aceasta va continua să crească. Acum, mai mult ca oricând, valorificarea

avantajelor inerente ale acestui tip de afaceri necesită ca familiile care le dețin să pună laolaltă două elemente esențiale – strategia de proprietate și cea de creștere a afacerii," a spus **Ionuț Sas, Partener, Liderul echipei de consultanță fiscală și juridică pentru afacerile de familie, PwC România.**

Despre raport

PwC a analizat 2.953 de companii din 53 de țări (inclusiv România) și a acoperit o varietate largă de sectoare, de la agricultură la tehnologie.

Între 20 aprilie 2018 și 10 august 2018 au avut loc 2.953 de interviuri telefonice semi-structurate, online sau față în față cu executivi ai afacerilor de familie din 53 de teritorii din lumea întreagă.

Interviurile au fost realizate de Kudos Research în limba locală, de către vorbitori nativi și au durat între 30 și 40 de minute. Cifra de afaceri a companiilor participante a variat de la 5 milioane de dolari la peste un miliard de dolari. Rezultatele au fost analizate de Jigsaw Research.

Despre PwC

Misiunea PwC este de a construi încredere în societate și de a contribui la rezolvarea unor probleme importante. Firmele din rețeaua PwC ajută organizațiile și indivizii să creeze valoarea adăugată de care au nevoie. Suntem o rețea de firme prezentă în 158 de țări cu mai mult de 250.000 de specialiști dedicați oferirii de servicii de calitate de audit, consultanță fiscală și consultanță pentru afaceri. Spuneți-ne care sunt lucrurile importante pentru dumneavoastră și descoperiți mai multe informații despre noi vizitând site-ul www.pwc.ro.