

□□ **Afacerile de familie au o contribuție semnificativă în economiile din întreaga lume deși nu sunt întotdeauna în lumina reflectoarelor. Liderii acestor organizații au răspuns mereu în fața familiilor fondatoare și a generațiilor viitoare și nu în fața unui grup de acționari. De aceea, sunt adaptate deja noii realități economice post-criză, arată un studiu Ernst & Young.**

Vorbim de afaceri care dăinuie generații, trecând prin războaie, recesiuni și crize politice. Ce fac ele în mod esențial diferit față de corporații, astfel încât rămân simboluri ale longevității pe piețele internaționale și puncte de referință în diverse domenii și industrii ?

Studiul subliniază că ceastă diferență fundamentală a scos afacerile de familie din logica anilor care au urmat declanșării crizei financiare actuale, pentru că datoria lor „dinastică” față de generațiile viitoare s-a tradus prin investiții prudente și o creștere sustenabilă.

Acest avantaj strategic în fața corporațiilor datorat, în bună măsură, faptului că au mai puține părți externe interesate, le conferă facerilor de familie libertatea de a opera independent și posibilitatea de a lua decizii mult mai rapid. Adoptarea perspectivei pe termen lung în piață le permite să facă investiții care nu vor aduce neapărat un profit pe termen scurt, dar care le plasează pe un loc bun în anii următori, se arată în studiu.

Agilitatea în luarea deciziilor, viziunea, privirea mereu ațintită la orizont și experiența atâtor decenii poziționează afacerile de familie drept cele mai pregătite și mai bine echipate organizații care pășesc în era post-recesiune și în „noua economie”. Longevitatea este trăsătura fundamentală a afacerilor de familie, fără ca aceste companii să rămână prizoniere în trecut. Afacerile care au dăinuit peste războaiele mondiale și peste Marea Recesiune au înțeles cel

mai rapid că inovația continuă este elementul crucial pentru a supraviețui și a rămâne competitiv într-o lume globalizată.

Și în România, afacerile de familie reprezintă o mare parte a companiilor active pe piață în prezent, dar nu se poate discuta despre conglomerate de afaceri familiale precum Walmart, Samsung sau Volkswagen și, nu în ultimul rând, una dintre puținele multinaționale cu capital majoritar românesc, grupul Softwin al soților Talpeș, producătorul Bitdefender.

Din păcate, exemplele sunt puține pentru că, pe lângă faptul că economia românească impune o anumită limită de dimensiune, ea nu mai are tradiția celei occidentale, deoarece familiile care au derulat afaceri solide în perioada interbelică și-au întrerupt misiunea antreprenorială din cauza condițiilor politice.

În acest moment, putem vorbi cel mult de o a doua generație de antreprenori, care se pregătește să preia afacerile de familie create în ultimii 20 de ani. Transferul între generații se face acum de la antreprenori născuți și educați într-o societate închisă, spre o generație cu studii în străinătate și cu viziune mai largă.

Determinarea de a continua investițiile, chiar și în situații economice dificile, implementarea constantă a unor strategii relevante, investițiile în inovație, evitarea capcanei tăierilor repetate de costuri ca singură metodă de adaptare la o piață în scădere și menținerea constantă pe linia de plutire printr-un model de business adaptabil, precum și capacitatea de a-și motiva angajații sunt principalele argumente care fac din afacerile de familie modele de luat în considerare în segmentul de business.

** sursa :businesscover.ro