# Viteza schimbărilor tehnologice este principalul factor care va modela viitorul economiei, cred directorii generali din România potrivit raportului PwC CEO Survey România 2015

- **Directorii generali din România preocupaţi din ce în ce mai mult de potenţialii noi concurenţi provenind din sectorul de tehnologie şi IT**
- **Potenţial foarte mare al parteneriatelor de afaceri pentru dezvoltarea companiilor, în special pentru accesul la noi tehnologii sau pentru îmbunătăţirea capacităţii de inovare**

Într-o lume în care tehnologia digitală transformă ireversibil piețe și industrii, iar incertitudinea geopolitică și economică ține în șah o mare parte a globului, capacitatea de adaptare reprezintă un factor cheie al succesului organizațiilor. Aceasta este una dintre concluziile celui de-al 18- lea sondaj anual al PwC, *CEO Survey*, efectuat pe un eșantion global de 1.322 de directori generali din 77 de țări, inclusiv România.

Raportul aduce în discuție profundele transformări ale peisajului competițional sub influența tehnologiei. Barierele dintre piețe și sectoare dispar, pe măsură ce companiile se extind în domenii diverse, iar competiția apare din surse noi, greu de anticipat. Sectorul de tehnologie este cel mai adesea menționat ca fiind industria din care se așteaptă să apară

noii concurenți.

Întrebați din care industrie (exceptând-o pe cea în care activează) consideră că s-ar putea să apară un competitor important, 27% dintre respondenții din România menționează tehnologia, 22% comunicațiile, divertismentul și media, 16% serviciile profesionale și de afaceri, iar 14% comerțul/distribuția (cu amănuntul și ridicata). La nivel global directorii generali menţionează noii concurenţi provenind din sectorul de tehnologie (32%), comerț/distribuție (19%) și comunicații, divertisment și media (16%).

„Economia digitală vine cu noi amenințări dar, în același timp, creează multiple oportunități. Schimbările în domeniul reglementărilor și în comportamentul clienților, precum și diversificarea concurenței, prin apariţia unor noi concurenţi din afara sectorului, preponderent din zona IT, reprezintă principalii factori perturbatori asupra celor mai multe industrii”, a declarat Ionuţ Simion, Country Managing Partner, PwC România.

În ceea ce privește viteza schimbărilor tehnologice, ponderea directorilor generali dințara noastră care afirmă că sunt preocupați deacest aspect a crescut la 60%, de la 45% în ediția precedentă și 18% în cea de acum doi ani. Și lanivel global, procentul respondenților s-a mărit dela 47% la 58%.



„Liderii organizațiilor de succes sunt pe deplin convinși că investițiile în tehnologiile digitale, mai ales cele care îmbunătățesc experiența oferită clienților, creează valoare adăugată pentru afacere. Iar pentru a găsi cea mai bună modalitate prin care tehnologia eficientizează activitatea operațională și aduce companiile mai aproape de

clienți, directorii generali sunt dispuși să se implice personal și să susțină activ procesul de migrare spre digital”, a arătat Ionuţ Simion.

Pentru a putea rezista competiției intersectoriale, organizațiile colaborează cu o diversitate de parteneri, care oferă acces nu doar la noi piețe și categorii de consumatori, ci și la tehnologii inovatoare, considerate vitale pentru dezvoltarea afacerii. Rețelele de colaboratori ale companiilor nu includ doar partenerii tradiționali, ci și clienți, instituții de învățământ sau chiar concurenți.

Întrebați dacă organizația lor are deja stabilit sau preconizează să stabilească un parteneriat comercial (joint-venture), o alianță strategică sau o colaborare informală cu diverse tipuri de parteneri, 81% dintre directorii generali din România menționează relațiile cu clienții, iar 80% dintre ei pe cele cu furnizorii. Al treilea cel mai des nominalizat partener pentru companiile din țara noastră (70% dintre respondenți) îl reprezintă asociațiile de afaceri sau organizațiile profesionale. Jumătate (51%) dintre directorii generali din România se îndreaptă către companiile din alte industrii, iar 48% dintre ei optează pentru instituții de învățământ și organizații non-guvernamentale.

În ceea ce privește principalele trei motive în favoarea stabilirii unui parteneriat comercial (joint-venture), a unei alianțe strategice sau a unei colaborări informale, peste jumătate (52%) dintre respondenții din România menționează accesulla noi clienți, 43% dintre ei optează pentru consolidarea mărcii sau a reputației (față de 28% la nivel global), iar 37% indică accesul la noipiețe geografice.

În legătură cu accesul la noile tehnologii ca motiv al stabilirii unei colaborări, doar 29% dintre directorii generali din România optează pentru acest aspect, față de 48% în Europa și 46% în Europa Centrală și de Est. Cât privește dezvoltareaabilității de inovare, doar un sfert dintre

directorii de companii din țara noastră au menţionat acest motiv, comparativ cu 43% în Europa și 49% în SUA.

„Parteneriatele de afaceri şi alianţele strategice pot reprezenta instrumente cheie pentru a obţine accesul la noi tehnologii şi pentru a facilita inovarea, punând împreună resursele şi expertiza mai multor organizaţii. Astfel de parteneriate sunt încă la început în România, existând un mare potenţial pentru dezvoltarea acestora”, consideră Ionuţ Simion.

**Metodologia raportului:**

Pentru cea de-a 18-a ediţie a sondajului *PwC Global CEO Survey* au fost realizate 1.322 de interviuri în 77 de ţări în ultimul trimestru al anului 2014. Defalcat pe regiuni, au fost realizate 459 de interviuri în zona Asia-Pacific, 455 în Europa, 147 în America de Nord, 167 în America Latină, 49 în Africa şi 45 în Orientul Mijlociu. În Romania, au fost realizate 63 de interviuri cu directorii generali locali.

Studiul integral poate fi descărcat de la adresa de internet **http://www.pwc.ro/ro/publications/ceosurvey2015.jhtml**