

# 4 din 5 directori generali din România declară că se concentrează mai mult pe profitabilitatea pe termen lung, decât pe cea pe termen scurt

72% dintre directorii generali din România declară că scopul companiilor pe care le conduc este să creeze valoare pentru toate părțile interesate, nu doar pentru acționari, iar 79% spun că se concentrează mai mult pe profitabilitatea pe termen lung decât pe cea imediată, arată cea mai recentă ediție a raportului pentru România a *PwC Global CEO Survey 2016*. Printre părțile interesate, așa cum sunt definite de raport, se numără: clienții, acționarii, angajații, competitorii, comunitatea locală în care companiile acționează, mass-media, organizațiile non-guvernamentale, instituțiile guvernamentale și cele de reglementare.

De asemenea, majoritatea directorilor generali din România cred că angajații cu abilități cheie preferă să lucreze pentru organizații ale căror valori coincid cu ale lor (54%), în vreme ce 44% dintre respondenți consideră că talentele cheie se orientează mai degrabă către angajatorii care oferă pachetele salariale cele mai competitive.

77% dintre directorii generali anticipează că progresele tehnologice, ca mega-tendință globală, vor transforma semnificativ în următorii 5 ani așteptările pe care părțile interesate le au de la companii. Pe de altă parte, organizațiile folosesc o paletă tot mai largă de tehnologii digitale ca instrument de comunicare, relaționare și creștere

a gradului de implicare a părților interesate – 91% dintre directorii executivi spun că îmbunătățesc modul în care folosesc tehnologia pentru a înțelege și satisface cerințele părților interesate.

„Aflați sub presiunea schimbărilor tehnologice, care sporesc viteza circulației informației și expun organizațiile de afaceri în mod direct presiunilor opiniei publice, companiile sunt într-un punct de inflexiune ce presupune redefinirea modelului de afaceri. Directorii generali ai companiilor din România, în ton cu omologii lor de la nivel global, încep să pună tot mai mult accentul pe crearea de valoare pe termen lung. De altfel, 88% dintre directorii de companii sunt de părere că în secolul XXI succesul în afaceri va însemna mai mult decât obținerea profitului financiar. Astfel, sistemul economic actual tinde spre o repunere a eticii de afaceri în centrul preocupărilor unei companii.”, a declarat Ionuț Simion, Country Managing Partener, PwC România.

Pentru a răspunde exigențelor tot mai diversificate, organizațiile implementează multiple schimbări în modul în care evaluează succesul și în care comunică. 94% dintre respondenți implementează schimbări în modul în care definesc și gestionează riscurile ca răspuns la așteptările în continuă transformare ale părților implicate, iar 89% doresc să îmbunătățească activitățile de marketing, comunicare și dezvoltare a imaginii de brand.

83% dintre cei intervievați afirmă că forța de muncă educată, calificată și flexibilă reprezintă unul dintre cele mai importante aspecte pentru societatea actuală, iar 73% o menționează ca fiind un domeniu prioritar în care mediul de afaceri ar trebui să colaboreze cu autoritățile. 92% dintre ei se concentrează pe respectarea drepturilor angajaților și asigurarea bunăstării forței de muncă, ca domeniu organizațional în care doresc să aducă îmbunătățiri.

Directorii generali din România declară că investitorii lor

sunt interesați în mai mare măsură de aspectele etice ale investițiilor (52%), într-o proporție chiar mai mare decât omologii lor globali care cred că acționarii și investitorii sunt interesați mai degrabă de venituri și creșterea capitalului (58%).

Pentru respondenții din România crearea de valoare pentru părțile interesate și profitabilitatea sunt elemente interconectate. Astfel, 57% dintre respondenți cred că crearea de valoare pentru toate părțile interesate ajută companiile lor să fie profitabile, în vreme ce 43% consideră că profitabilitatea ajută la oferirea de valoare pentru toate părțile interesate.

38% dintre directorii generali din România declară că investesc deja într-un program concret de responsabilitate socială corporativă, iar 43% spun că responsabilitatea socială corporativă stă la baza tuturor acțiunilor companiei pe care o conduc. La acest capitol însă se înregistrează o diferență semnificativă față de răspunsurile directorilor generali de la nivel global care în proporție de 64% declară că pun responsabilitatea corporativă la baza acțiunilor companiei.

În plus, 74% dintre respondenți arată că raportările companiei țin cont de aspectele financiare, cât și de cele non-financiare. În schimb, respondenții sunt de părere că, atunci când iau o decizie de cumpărare a unor produse sau servicii, clienții țin cont mai degrabă de criterii precum prețul, ușurința procurării sau funcționalitatea acestora (72%), decât de interesele tuturor părților interesate (28%).

„În contextul schimbării continue a așteptărilor părților interesate, al dezvoltării tehnologiei informației și al transformărilor rapide și disruptive care au loc în mediul economic, organizațiile întâmpină multiple provocări și sunt nevoite să se adapteze din mers, mergând uneori până la redefinirea scopului organizației și a ariilor de activitate ale acesteia”, arată Ionuț Simion.

**Despre sondaj:** Ediția a 19-a a sondajului anual PwC Global CEO Survey a fost realizată în ultimul trimestru al anului 2015, pe baza răspunsurilor a 1409 directori de companii din 83 de țări. La nivel regional, au fost luate 476 de interviuri în Asia-Pacific, 314 interviuri în Europa Occidentală, 170 în Europa Centrală și de Est, 169 în America de Sud, 146 în America de Nord, 87 în Africa și 47 în Orientul Mijlociu. În România, au fost realizate 82 de interviuri cu directorii generali locali.

Studiul complet PwC România CEO Survey poate fi descărcat accesând pagina de internet:  
<http://www.pwc.ro/en/publication.html>