

Una “experiencia” distinta



Carlos Mas, presidente de PricewaterhouseCoopers España. Mas es presidente de PricewaterhouseCoopers en España desde 2006 y miembro del Board europeo de la firma. Anteriormente, fue el responsable de la Consultoría de Negocio y miembro de la Ejecutiva europea. Se incorporó a PwC en 1985 y fue nombrado socio en 1996.

El ejercicio 2007 ha marcado el inicio de un ambicioso programa con el que aspiramos a convertirnos en la firma líder de servicios profesionales de nuestro país, como ya lo somos en el mundo. Pero no queremos sólo ser la primera firma en términos económicos, sino que aspiramos a un liderazgo responsable, donde las personas - nuestros profesionales, los clientes, la sociedad...- ocupen el centro y la razón de ser de nuestros esfuerzos.

Nos hemos metido de lleno en esta tarea que implica un firme compromiso con el desarrollo profesional y personal de nuestros profesionales, que supone ser conscientes de que el modo en que trabajamos con nuestros clientes en el día a día es igual de importante que los servicios que les ofrecemos y que nos lleva a comprometernos activamente en algunos de los problemas centrales de la sociedad del siglo XXI.

Estamos convencidos de que únicamente el liderazgo responsable es realmente sostenible. Y esta apuesta no es incompatible -todo lo contrario- con la generación de valor económico. Buena prueba de ello es que nuestros ingresos crecieron

un 14,3 por ciento en 2007, hasta alcanzar la cifra de 309,3 millones de euros. El negocio de Auditoría creció un 9 por ciento, impulsado -aunque en menor medida que años anteriores- por la adaptación de las empresas a las normas internacionales de contabilidad y por la incorporación de nuevos clientes. Nuestro despacho de abogados y asesores fiscales tuvo unos ingresos de 94,1 millones de euros, un 12 por ciento más que el ejercicio anterior, gracias a la positiva evolución de los servicios de asesoramiento en fusiones y adquisiciones y a nuestra red internacional, la mayor del mundo, que nos ha permitido acompañar a las empresas españolas en su proceso de internacionalización. La Consultoría de Negocio y Financiera ha sido la línea de negocio que más ha crecido: un 30 por ciento más que el ejercicio anterior, con unos ingresos de 75,3 millones de euros. El aumento de las transacciones y nuestro enfoque multidisciplinar, que abarca el asesoramiento en todos los aspectos de una transacción - estratégico, financiero, fiscal, laboral...-, sin duda ha sido una de las causas de este crecimiento. También han crecido los trabajos relacionados con la mejora de los procesos

Liderazgo. Aspiramos a un liderazgo responsable en el que las personas -nuestros profesionales, los clientes, la sociedad...- ocupen el centro y la razón de nuestro esfuerzo.

empresariales y, en particular, la mejora de la función financiera.

Pero los números, como decía al principio, no bastan. La pregunta permanente en cada uno de nuestros negocios es cómo podemos servir mejor a nuestros clientes y desarrollar a nuestros profesionales. Así, en auditoría, una profesión que parecía haber perdido parte de su atractivo, la respuesta está en promover una información financiera de mayor calidad y más útil para los usuarios, con normas equiparables en todo el mundo para no distorsionar la imagen de la empresa por el simple hecho de cruzar una frontera; una información en la que además tuvieran el peso que se merecen los activos intangibles capaces tantas veces de acercarnos mejor a la realidad de la empresa -¿quién duda hoy de que la calidad de los recursos humanos es un elemento clave para apreciar la situación actual y futura de una empresa?--; una información más clara y fácilmente comprensible y una información, en fin, mucho más ágil y cercana en el tiempo. Estamos trabajando estrechamente con los reguladores y organizaciones

profesionales y empresariales de España y de todo el mundo para conseguir este objetivo.

En nuestro negocio de Asesoramiento Legal y Fiscal, hemos puesto en marcha un ambicioso plan para fortalecer tanto nuestra red de oficinas en España como nuestra red internacional, donde ya contamos con 30.000 abogados y asesores fiscales, 2.000 de ellos en China y otros 3.000 en India. La especialización sectorial y el enfoque multidisciplinar son otras dos características que nos están permitiendo ofrecer un futuro más prometedor a nuestros profesionales y enriquecer nuestro servicio a los clientes y, con ello, seguir creciendo a un buen ritmo.

En el negocio de Consultoría, ponemos a las personas en el centro de nuestra actividad ayudando a nuestros clientes a afrontar proyectos complejos de transformación de sus organizaciones. Esto nos ha llevado a completar nuestras capacidades -sectoriales y tecnológicas- para poder diseñar, gestionar y ejecutar los proyectos de cambio sostenible que muchos de

nuestros clientes necesitan afrontar hoy. En consultoría financiera, esta apuesta se ha materializado en la creación de equipos multidisciplinares capaces de enfocar una transacción desde una perspectiva más amplia, que abarca todos las fases y frentes del proceso: estratégico, financiero, fiscal, tecnológico, laboral, operativo... Todo esto se traduce en un trabajo más enriquecedor para nuestros profesionales y en mejores resultados para nuestros clientes.

En nuestra firma, la apuesta por las personas se concreta también en muchas iniciativas en las que invertimos cada vez más recursos. No sólo en temas básicos como la formación -donde contamos ya con tres masters corporativos-, sino también en otros muchos aspectos cuya finalidad es crear una sólida cultura basada en la vivencia diaria de los valores de la excelencia, el liderazgo y el trabajo en equipo, una cultura capaz de ofrecer una experiencia distinta a aquellas personas que se incorporan a nuestra firma y a los clientes que trabajan con nosotros.

Carlos Mas

Triunfar en un mundo conectado



Samuel A. DiPiazza Jr., consejero delegado de PricewaterhouseCoopers.

DiPiazza es consejero delegado de PricewaterhouseCoopers International Limited desde 2002. Anteriormente, estuvo al frente de la firma estadounidense de PwC, como presidente y socio principal. Se incorporó a PwC en 1973 y fue nombrado socio en 1979.

Como consejero delegado de PwC International, una de las tareas más gratificantes de mi trabajo es que puedo hacer que las ideas y las aportaciones de mis colegas de PwC de todo el mundo lleguen a nuestros clientes y al resto de la sociedad. A lo largo de estas líneas, me gustaría exponer algunas ideas sobre el estado de la economía a nivel mundial, sobre la auditoría y, por supuesto, sobre PwC.

La economía mundial

La búsqueda de nuevos mercados y de nuevos clientes es un tema prioritario en la agenda de los directivos de todo el mundo. La Encuesta Mundial de CEOs, que publica PwC, mostraba, a finales de 2006, un gran optimismo ante el futuro, debido a las oportunidades derivadas de la globalización y la renovada confianza en una serie de fusiones y adquisiciones que se esperaba que generasen crecimiento,

y que abriesen las puertas a nuevos mercados. Sin embargo, aquella confianza atraviesa un bache en los últimos meses: de manera generalizada, parece que el mercado de valores experimenta subidas y bajadas debido a la crisis de los créditos de alto riesgo de Estados Unidos. La confianza ha quedado dañada y el impacto en el crecimiento todavía se desconoce; aún así, se ha hecho más evidente la naturaleza global del mundo en que vivimos, invertimos y hacemos negocios.

La preocupación acerca de los efectos de lo que está sucediendo en la economía estadounidense planea sobre el resto de los mercados en estos momentos, y se prevé que también tendrá consecuencias a largo plazo. Durante la próxima década, prevemos un movimiento continuado de capitales y valores hacia diferentes países en vías de desarrollo. Y parece que, en el año

Emergente.

Para la próxima década, prevemos un movimiento continuo de capitales y valores hacia los países en vías de desarrollo, y en el año 2050, las siete principales economías emergentes tendrán, en conjunto, mayor poder que el G7.

2050, las siete economías emergentes (Brasil, China, India, Indonesia, México, Rusia y Turquía) tendrán una economía más potente que la del G7 (Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Reino Unido y Estados Unidos). Evidentemente, Estados Unidos y Europa occidental no quedarán en un segundo plano, pero dejarán de ser los motores principales de la economía mundial.

Silas S. S. Yang, presidente de PwC China

China es la cuarta economía más grande del mundo, la segunda en volumen de exportaciones y la número uno en reservas de divisas. Con un valor comercial de 980.900 millones de dólares y una inversión directa extranjera de 31.900 millones en el primer semestre de 2007, no cabe la menor duda de que es uno de los actores más destacados del proceso de globalización. Su nivel de inversión y las tasas de crecimiento anuales superiores al 10% ofrecen excelentes oportunidades para China y sus inversores. Sin embargo, también plantea algunos retos que sus líderes deben gestionar para mantener el nivel de crecimiento económico actual: la seguridad energética, las diferencias entre las zonas rurales y los núcleos urbanos, la sanidad, la calidad de los productos y el fomento de la cultura de la innovación.

Este movimiento de capitales planteará algunos desafíos, pero también creará oportunidades, y aunque no se prevén riesgos comerciales asociados a los nuevos mercados, no hay que descartar ninguna posibilidad. Los riesgos de índole política que están surgiendo en algunas de estas economías, junto a determinados acontecimientos recientes (por ejemplo, los problemas relacionados con la calidad de ciertos

productos), indican que en algunos de estos mercados podrían presentarse complicaciones.

La agitación que reina actualmente en el mercado mundial y su impacto en los mercados de crédito, sin duda, pueden afectar temporalmente al afán inversor de las empresas, pero los consejeros delegados son plenamente conscientes del peso de la globalización. En última instancia, les forzará a seguir gestionando los problemas derivados de la inestabilidad política y la falta de calidad de los productos en algunos mercados y abrir negocio en otros.

Al negociar una transacción, lo difícil es captar su valor máximo y, a juzgar por las afirmaciones de los consejeros delegados entrevistados, la implementación transfronteriza es un elemento crítico a la hora de captar ese valor. Sin embargo, también es importante la buena gestión de las personas y del conocimiento, y la capacidad de colaboración tras un proceso de fusión. Gene Donnelly, nuestro socio responsable de

Confianza.

La profesión auditora ha demostrado que puede colaborar con los reguladores para mejorar la confianza del mercado en nuestro trabajo, mantener la competitividad económica y garantizar la efectividad de los mercados de capitales.

Consultoría de Negocio y Financiera y Fiscal y Legal, se encargará de desgranar este tema en el informe.

La demografía es un factor clave en los cambios de la economía mundial. Conforme vaya pasando a un segundo plano la generación del baby boom, empezarán a entrar en el mercado laboral los representantes de la generación del milenio, mucho más hábiles en temas tecnológicos. Con unas prioridades muy distintas en la vida y el trabajo, y un profundo sentido de la responsabilidad social, esta generación redefinirá la relación empresa-empleado. Como consecuencia de ello, las estrategias de recursos humanos tradicionales deberán sustituirse por enfoques más flexibles. Las empresas tendrán a sus empleados, cada vez más, repartidos por todo el mundo en aras de mayor eficiencia, colaboración e innovación.

La cambiante demografía es sólo uno de los temas a los que nos enfrentamos a nivel mundial, pues son igualmente acuciantes cuestiones como el agotamiento de los recursos

y el cambio climático. Los temas de alcance mundial superan la capacidad de control individual de cualquier gobierno o empresa. Sin embargo, la colaboración entre el sector público y privado podría hacer más manejables estos temas. Las plantillas de las multinacionales ya están reclamando a los directivos que asuman un compromiso claro en estos temas, y que la innovación y la productividad tengan en cuenta el desarrollo sostenible.

La profesión auditora

Las firmas auditoras seguimos evolucionando desde un modelo autorregulado hacia un sector más regulado, y la calidad ha de continuar siendo el motor de nuestra profesión: la calidad de nuestros profesionales, de nuestro asesoramiento técnico y de nuestro servicio al cliente.

La profesión auditora ha demostrado que puede colaborar con los reguladores para mejorar la confianza pública, mantener la competitividad económica y garantizar, de este modo,

la efectividad de los mercados de capitales. Pero lo cierto es que, para las redes de auditoría internacionales, el cumplimiento normativo se ha convertido en un tema complejo y costoso. Las firmas suelen lidiar con regímenes normativos que se superponen o se contraponen, lo cual les resta margen para ofrecer unos servicios de calidad coherentes en todo el mundo. La convergencia de los sistemas de supervisión —registro, inspección, disciplina— reduciría los costes sin menoscabar la protección de los inversores, y esa convergencia también garantizaría a los inversores que todas las firmas llevan a cabo las auditorías con el mismo rigor.

Una de las lecciones aprendidas a raíz de los escándalos financieros, que saltaron a la luz pública a principios de esta década, es que las transacciones comerciales complejas no se pueden reflejar como es debido si se impone una normativa demasiado estricta. Al contrario, se logra una mayor claridad si se adoptan unos principios sólidos y se aplican con juicio experto. Si, a pesar de todo, es preciso contar con un conjunto

Resultados.

Si nos fijamos en nuestros resultados (no sólo los del año pasado, sino los de los últimos años), podemos sentirnos muy orgullosos. Es el legado de nuestra estrategia y de la calidad de nuestros profesionales y de nuestros clientes en todo el mundo.

único de normas contables, o algo similar, dichas normas deberían fomentar que los profesionales se apoyen en sus conocimientos (en lugar de coartarles esa libertad). Así lo expresa Rob Ward, socio responsable de Auditoría a nivel mundial, en la página 11.

Las empresas siguen haciendo fuertes inversiones para elaborar una información financiera que se atenga a los exigentes niveles normativos. No obstante, son muchas las voces que aseguran que esos informes son cada vez más irrelevantes y obsoletos. Esto pone de relieve la importancia de presentar una panorámica más completa de los resultados corporativos, tanto desde el punto de vista financiero como desde otras perspectivas, a un mayor número de interesados. Algunos observadores consideran que el modelo de reporting financiero actual es “poco adecuado”, que no puede incorporar cambios y que debería modificarse por completo. Otros aseguran que es posible un enfoque más considerado, en que se dé cabida a más información y se descarten algunos de los componentes inadecuados del modelo actual.

Personalmente, creo que el modelo actual puede ser rectificado, si bien

también tengo la certeza de que la reforma debe ser de gran alcance, casi radical. Debemos conocer en profundidad las necesidades de nuestros grupos de interés y ser conscientes de la importancia de establecer comparaciones a nivel internacional. Muchos de mis colegas de todo el mundo están planteándose ahora, sobre todo a través del liderazgo del conocimiento y de la participación en el desarrollo de la normativa. Yo mismo participo como consejero en la Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, órgano supervisor del Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB).

La cuestión de la responsabilidad, sin duda, sigue empañando el futuro de nuestra profesión. Nos sentimos esperanzados por el sistema de responsabilidad proporcional introducido en el Reino Unido (proportionate liability) y por el hecho de que la Comisión Europea se plantee la reforma de la responsabilidad de los auditores. Asimismo, el Tesoro de Estados Unidos ha creado un comité para examinar la salud de la profesión auditora, incluidos todos estos temas

En todo el mundo, es preciso avanzar hacia sistemas judiciales y normativos

que penalicen a los auditores cuando sea necesario, pero debemos dejar de lado los sistemas que, de modo inapropiado, hacen que la firma entera asuma la responsabilidad..

PricewaterhouseCoopers en 2007: incremento de los ingresos

El ejercicio fiscal de 2007 ha sido positivo para PwC y sus profesionales. Como se detalla en el capítulo “Hechos y cifras”, este año la red PwC ha vuelto a registrar un fuerte crecimiento, con unos ingresos brutos que se incrementan un 10,5%, a tipo de cambio constante. El crecimiento de los ingresos es aún mayor a tipo de cambio variable: un 14,4%.

Los ingresos han aumentando en las principales firmas y regiones de PwC, en muchos casos con cifras récord de dos dígitos. Hemos obtenido un rendimiento especialmente importante en algunos de nuestros mercados en crecimiento clave, con un aumento de los ingresos del 31% en China, del 22,4% en Europa central y oriental, del 35,8% en India y del 37% en Oriente Medio. Nuestras firmas, presentes en los mercados más maduros de Europa occidental, Estados Unidos y Australia, también han obtenido buenos resultados.

El crecimiento ha sido, asimismo, positivo en cuanto a la oferta de servicios. Los ingresos de Auditoría a nivel global crecieron un 6,7%. Nuestras líneas de Consultoría de Negocio y Financiera y de Asesoramiento Fiscal y Legal son cada vez más importantes en nuestro negocio, con un incremento de los ingresos del 14,6% para la línea de Consultoría, y un 15,1% para el área Fiscal y Legal.

En definitiva, si nos fijamos en nuestros resultados, no sólo los del año pasado, sino de los últimos años, podemos sentirnos muy orgullosos. Es el legado de nuestra estrategia y de la calidad de nuestros profesionales y de nuestros clientes en todo el mundo.

Una empresa donde se quiere trabajar

Me alegra afirmar que PwC ha mantenido su posición como el mejor lugar para trabajar dentro del sector. Los sondeos independientes confirman que somos la número uno entre las

firmas auditoras, y que estamos entre las cinco primeras empresas preferidas para trabajar dentro de la clasificación que incluye a todos los sectores. El año pasado, nuestras firmas miembros contrataron a más de 30.000 profesionales, tanto recién graduados como profesionales con experiencia. Además, el interés por la experiencia internacional es elevado, y más de 2.300 profesionales de PwC han participado en proyectos en el extranjero en 2007. También estamos poniendo en marcha un programa piloto de traslados internacionales para profesionales que acaban de ser promocionados.

Según la encuesta People Survey de este año, el 86% de nuestros profesionales se siente orgulloso de trabajar para PwC, una cifra que nos sitúa entre las organizaciones con mejores resultados del mundo.

Sin embargo, en lo referente al trato con las personas, nuestros socios y nuestros profesionales también nos han hecho saber que aún queda camino

por recorrer. El mayor interés por la diversidad ha dado sus frutos en toda la red de PwC, pero aún se queda corto a nivel directivo. La excusa del “lleva su tiempo” es inaceptable, y por ello me encargo personalmente de dirigir un grupo en materia de igualdad entre hombres y mujeres para mejorar nuestros resultados en ese sentido.

Confianza para afrontar los retos

Hemos logrado buenos resultados y estamos haciendo lo posible para asegurarnos una ventaja competitiva en el futuro, pero también debemos decir que, en el pasado ejercicio, ha sido necesario hacer frente a importantes desafíos. Una nueva firma de Auditoría de PwC abrió sus puertas en Japón en septiembre de 2006. Su nombre es PwC Aarata y se ha posicionado rápidamente como una firma de auditoría de gran calidad, con una plantilla de 1.200 personas que ofrece servicios a clientes nacionales e internacionales, entre los que se encuentran Sony y Toyota.

Mario Lara, socio responsable de Capital Humano de PwC España

Durante este ejercicio hemos vuelto a recibir importantes reconocimientos externos por nuestra gestión de las personas. Best Place to Work nos ha reconocido, una vez más, como uno de los mejores lugares para trabajar en España y la Fundación para el Desarrollo Directivo como el segundo mejor lugar para trabajar para nuestros universitarios y el mejor de nuestro sector. Desde el punto de vista interno, el cambio cultural generado a través del proyecto Personas ha sido reconocido como mejor Programa en Eurofirms en el ámbito del Inspirational Leadership.

Hemos lanzado nuestra nueva imagen al mundo universitario a través de la Campaña Gente como tú. PwC España proyecta nuestra oferta diferencial para los nuevos profesionales en términos de formación y experiencia, multidisciplinar e internacional, en un entorno de trabajo cercano y abierto a las nuevas generaciones. La innovación en los procesos de reclutamiento ha tenido como hito más importante nuestra participación en el primer foro de empleo en Second Life. Asimismo, y con el objetivo de impulsar los comportamientos Experience, hemos lanzado para todas las áreas de negocio el nuevo modelo global de gestión de la Carrera (PC&D). La retención de los mejores profesionales requiere reforzar nuestro modelo de relación con los equipos, y el PC&D puede ser un gran aliado e impulsor de los comportamientos que hacen que trabajar en PwC sea algo absolutamente diferencial.



Responsabilidad. Tenemos el deber de actuar como ciudadanos responsables y adoptar un papel activo en la creación de un mundo más sostenible.

PwC Aarata se une a nuestra firma de Asesoramiento Fiscal y Legal y de Consultoría que llevan ya muchos años funcionando en Japón. Éstas crecen a buen ritmo y cuentan con una plantilla combinada de 750 personas.

Por su parte, Misuzu, la firma de Auditoría de la red de PwC en Japón, no corrió la misma suerte. A pesar del importante programa de reforma aplicado, la compañía anunciaba en febrero que cerraría el 31 de julio, con el debido tiempo para que los clientes y el personal de la firma se recolocaran en otras auditoras, un proceso que se ha completado de manera eficiente y efectiva.

Si bien es cierto que se han previsto reformas significativas para el sector en Japón, el mercado de los servicios de auditoría sigue siendo complicado. Estoy convencido de que, dado el entorno actual, la estrategia correcta es centrar nuestros recursos en una firma bien definida y de alta calidad, aplicando elevados estándares internacionales.

También se ha especulado sobre la firma rusa de la red PwC. Sin embargo, en abril se renovó la licencia de auditoría en Rusia por cinco años y clientes importantes como Gazprom han vuelto a confiar en PwC como auditores. Creo que la firma rusa de PwC es una de las

más fuertes y de las más importantes desde el punto de vista estratégico para la red PwC. Cuenta con una plantilla de 2.000 personas y presta servicio a unos 1.600 clientes corporativos. Una muestra clara de las habilidades y la fuerza de la dirección de la firma rusa es que, a pesar de los retos que ha tenido que afrontar, sigue incrementando su nivel de ingresos y su cartera de clientes, y cuenta con un personal motivado y comprometido. PwC Rusia está muy bien situada para aprovechar su fuerte posición como firma líder del mercado.

Es inevitable que una organización de las dimensiones de PwC encuentre dificultades: siempre pasará algo en alguna parte del mundo, todos los años. Sin embargo, conforme vamos superando esas trabas, me impresiona más con qué gente contamos en nuestra red y estoy persuadido de que lo que nos da confianza para salir adelante es el hecho de apostar siempre por la máxima calidad.

Una “experiencia” distintiva en PwC

La marca PwC es uno de los principales activos de nuestra red y nos proporciona una significativa ventaja competitiva en todo el mundo. Este año, la inyección de fuerza para PwC ha sido aparecer entre las 100 mejores marcas a nivel mundial en un estudio independiente.

La calidad del servicio que prestamos a nuestros clientes es el pilar sobre el que se asienta nuestra marca y lo que determina nuestro éxito. Por ello, estamos revisando continuamente la eficacia de nuestro servicio al cliente, buscando siempre formas de mejorar.

En el último año, hemos preguntado a nuestros clientes qué valoran en un proveedor de servicios profesionales. Fijémonos en lo que nos han dicho: quieren trabajar con personas dispuestas a invertir en la construcción de una relación sólida, con profesionales que sean capaces de compartir y de colaborar. Quieren trabajar con personas que sepan ver los temas desde su perspectiva y que se centren en crear valor. En pocas palabras, quieren trabajar con aquellos que, en el trabajo, usen la cabeza y el corazón.

En respuesta a todo ello, nos hemos replanteado, con nuevas miras, lo que nuestros clientes y nuestra gente espera de la interacción con PwC. Y en lo más profundo de esa experiencia está la gran importancia que concedemos a los valores con los que queremos que nos identifiquen, tanto en el trato con los clientes como en las relaciones profesionales dentro de la empresa. Nuestro objetivo es fomentar un comportamiento que ayude a prestar ese servicio distintivo, que hará que PwC destaque en el mercado.

Liderazgo Responsable

El comportamiento responsable desde el punto de vista empresarial es un aspecto importante de la cultura de PwC. En toda la red hay gran número de profesionales que cede generosamente a los demás parte de su tiempo y de sus recursos. A través de nuestro programa Global Communities, que a continuación describirá Tony Harrington, consejero delegado de PwC Australia, colaboramos con las diversas comunidades en que participa la gente de PwC de todo el mundo. Y estamos empezando a ver las ventajas de esa relación: nuevas ideas, nuevos programas e iniciativas conjuntas.

Este año, hemos creado los Global Communities Recognition Awards, premios que pretenden reconocer las iniciativas que se impulsan desde la red PwC para conseguir una sociedad mejor. Global Communities nos ofrece la oportunidad de reconocer el ambicioso alcance y la gran imaginación que hay en torno a las diferentes iniciativas.

En PwC, somos conscientes de nuestra obligación de mantener el

nivel de la profesión auditora y de garantizar la integridad de los mercados de capitales. No obstante, también tenemos el deber de actuar como ciudadanos responsables y adoptar un papel activo en la construcción de un mundo más sostenible. Mi granito de arena es presidir desde noviembre de 2007 el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, cuyo trabajo es clave para definir el papel que corresponde a las empresas en la sostenibilidad futura de nuestra sociedad y del propio planeta.

Estoy convencido de que todos tenemos la responsabilidad de aprovechar nuestro talento y nuestros recursos para ayudar a los demás. Eso es el liderazgo responsable.

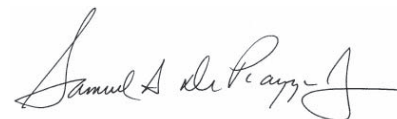
Un buen ejemplo de liderazgo responsable es el proyecto Ulysses, programa de desarrollo de los socios de PwC. A través de esta iniciativa, se envía a pequeños equipos de directivos a países en vías de desarrollo para trabajar con gobiernos locales y organismos no gubernamentales, que ayudan a crear empresas sostenibles y a mejorar el día a día de las personas.

Nuestros profesionales dejan atrás los modernos edificios de nuestras oficinas para adaptarse a distintos rincones del mundo y se enfrentan con problemas reales que les fuerzan a plantearse las cosas de otro modo.

Precisamente, observar la realidad desde diferentes ángulos es algo que forma parte, de modo intrínseco, de la cultura PricewaterhouseCoopers, al igual que saber escuchar a nuestros clientes y encontrar soluciones imaginativas para sus necesidades. También forma parte de nuestra cultura trabajar en equipo para enfrentarnos a nuestras responsabilidades como ciudadanos del mundo, así como hablar con los nuestros, estén donde estén, para ayudarles a desarrollar una carrera que les llene, y les satisfaga. Estoy seguro de que hemos realizado avances significativos, en este sentido, a lo largo del pasado ejercicio, pero seguiremos esforzándonos al máximo el próximo año y en el futuro.

Un saludo,

Samuel A. DiPiazza Jr.



Ramón Casals, Presidente de la Fundación PwC España

No sólo una asociación sin ánimo de lucro o una organización no gubernamental pueden contribuir al desarrollo de la sociedad. También desde la empresa privada es posible mejorar nuestra comunidad y cooperar en el bienestar de sus ciudadanos. La Fundación de PricewaterhouseCoopers promueve y financia actividades sociales, educativas, culturales, científicas y de investigación en diversos ámbitos del conocimiento. Las iniciativas de la Fundación se dirigen a cuatro grupos concretos: jóvenes profesionales y emprendedores que inician su carrera en el sector financiero, económico o jurídico; aquellos jóvenes dependientes como consecuencia de minusvalías físicas o psíquicas; el mundo académico y científico, así como el ámbito de la cultura.

www.pwc.com/es