



PMSolutions, consultanța ca meserie. Performanță prin project management

paginile 8-11

Comunicații
powered by



Continuous evolution

OPINIA
CONSULTANTULUI
rubrică realizată cu sprijinul

pmsolutions
Business, Technology & Management Consulting

Lumea
GEOSPATIALĂ
rubrică realizată cu sprijinul

INTERGRAPH

- ⇒ Panaceul Social CRM?
- ⇒ Predicții Cloud Computing
- ⇒ România la BakuTel



The Cloud is **Working under close supervision**

SECURIZAREA oricărui **BUSINESS**. Utilizând rețeaua regională a GTS, serviciul Cloud nu este lăsat nesecurizat nicio secundă. Centre de date protejate, back-up de date și infrastructură redundantă, specialiști în securitate, monitorizare 24/7/365 și alte măsuri de securitate oferă siguranța și protecția operațiunilor critice de business. Siguranța este doar una dintre modalitățile prin care serviciul Cloud poate ajuta un business.

Află mai multe despre GTS Virtual Hosting pe GTSworkingworld.com



for the **WORKING WORLD**



GABRIEL VASILE

Editorial

La final de 2011

Nu știu cât de bun sau de rău a fost 2011, pentru cifrele oficiale mai trebuie să așteptăm, însă cu siguranță a fost... rapid.

În esență, piața IT a fost calmă, în sensul că au lipsit anunțurile sau mișcările spectaculoase, dar activitatea a fost intensă și constantă, ceea ce arată că majoritatea companiilor au ieșit din expectativă și încearcă să revină la normal. Conform celor mai multe opinii, prognoza în ceea ce privește evoluția pieței arată un procent de creștere dublu față de creșterea PIB-ului, însă există și păreri mai optimiste.

Ca tendințe, 2011 a înregistrat o creștere considerabilă a numărului de angajați în domeniul IT. Conform unei analize ANIS, industria a recrutat cu circa 26,7% mai mult personal decât în 2010, iar tendința se va menține și în 2012. Cu siguranță, o bună parte din această forță de muncă a fost atrasă de centrele internaționale de suport, iar în prima parte a anului au existat din abundență astfel de anunțuri. Totuși, numeroase companii, cu precădere locale, sunt în căutarea de personal pentru segmentul middle management, ceea ce arată intenția de dezvoltare a domeniului. Nevoia de programatori se păstrează, chiar dacă specializarea acestora diferă într-o oarecare măsură, ceea ce păstrează în continuare un nivel ridicat al costurilor forței de muncă, în ciuda unei aparente relaxări. Către ce sunt canalizate aceste resurse suplimentare putem doar să bănuim, însă cred că există o legătură directă între atragerea de noi angajați și orientarea unor companii către activități complementare liniei principale de business. Vendorii de ERP adaugă în portofoliu document management și business analytics, integratorii își extind competențele pe mai multe tehnologii, furnizori tradiționali de soluții on premises se orientează către on demand etc.

Frenezia Cloud Computing a cuprins întreaga industrie, iar conceptul a generat, probabil, cel mai intens val de comunicare din istorie. 2011 a marcat, însă, migrarea de la teoretic la practic, iar piața a început să monetizeze acest model de business.

O altă tendință relevantă este și rafinarea produselor software locale, prin mutarea accentului de la funcționalități la ergonomie, procese, best practices etc., fapt ce arată atingerea unui nivel de maturitate.

În Administrația Publică au fost finalizate primele proiecte coerente destinate să acopere cea mai mare parte din activitatea unei instituții: gestiune internă, plată impozite, dispecerat, portal etc. Chiar dacă ne ajung degetele unei mâini pentru a identifica aceste cazuri, este important că au apărut exemple de urmat. Bani europeni au avut un rol în acest proces. Din păcate însă, în spațiul privat, în 2011, mai mult s-a discutat despre aceste fonduri...

2011 pare un an de planificări și pregătiri, în care numeroase companii au înțeles că trebuie să se reinventeze, să abordeze alte piețe sau tehnologii. Prin urmare, ar trebui să avem un 2012 mult mai dinamic din punct de vedere al anunțurilor relevante: parteneriate, achiziții, ieșiri pe piețe externe, schimbări de strategie.

SUMAR

ENTERPRISE APPLICATIONS

2012: Piața IT crește în Europa Centrală și de Est



16

Un studiu recent, publicat de Erste Group, creditează piața IT din regiunea CEE cu un potențial major de creștere în următorii ani.

CERCETARE

Sistemul de cercetare din România la sfârșitul anului 2011



28

Anul 2011 a fost un an care a marcat o serie de schimbări fundamentale în sistemul de cercetare din România. Voi trece aici în revistă aceste reforme, precum și problemele majore ale sistemului, care au rămas încă nerezolvate.

INDUSTRY WATCH

Ecosisteme de parteneriat „made in România”



42

Zona de distribuție IT a pus în practică modele de business și sisteme de afiliere care au cunoscut un succes deosebit, pe când zona software a înregistrat perioade de stagnare.

SUMAR

COVER STORY

- 8 PMSolutions, consultanța ca meserie. Performanță prin Project Management

COMPANY FOCUS

- 12 HP Discover 2011, o abordare uniformă a tehnologiei

MANAGERIAL TOOLS

- 14 Proiecte fără arsuri

ENTERPRISE APPLICATIONS

- 16 2012: Piața IT crește în Europa Centrală și de Est



- 20 Panaceul Social CRM?

- 22 Dialog despre evoluția pieței locale DM

- 24 Viteza de reacție, transparența afacerii și stimularea creativității angajaților, atuurile companiilor care implementează sisteme de Business Intelligence

- 26 Cât de important este managementul email-urilor în ecuația unui Call Center

CERCETARE

- 28 Sistemul de cercetare din România la sfârșitul anului 2011

TECHNOLOGY

- 31 Anritsu Solutions, company profile

NETWORKING

- 32 Spitalele din regiunea italiană Bolzano – servicii îmbunătățite și costuri operaționale mai mici cu echipamentele HP Networking



CLOUD COMPUTING

- 34 Predicții despre Cloud Computing

LUMEA GEOSPATIALĂ

- 36 Dicționar geospațial

INDUSTRY WATCH

ADMINISTRAȚIE PUBLICĂ

- 38 IT-ul, factor de motivare non-finanțiară în Administrația Publică

RETAIL

- 39 Conceptul Self Service începe să câștige teren în retailul local

COMUNICAȚII

- 40 Proiectul NetCity a rămas în urmă

- 41 Liviu Tănase, COO AdNet Telecom, despre provocările pieței de telecomunicații

ITC

- 42 Ecosisteme de parteneriat „made in Romania”

- 44 Companiile IT românești atacă piața azeră



EDUCAȚIE

- 50 Tehnologia și familia, factori esențiali de reformare a educației

FEMEI ÎN TEHNOLOGIE

- 46 Diversitatea aduce beneficii organizațiilor deschise să o cultive

- 48 IT-ul oferă femeilor oportunități de carieră variate



Editor: Alea Negru Vodă nr. 6, bl. C3, sc. 3 parter, 030775, sector 3, București
Tel.: 021.321.6123; Fax: 021.321.6130;
redactie@finwatch.ro
www.marketwatch.ro
P.O. Box 4-124, 030775

■ **Director General FIN WATCH:**

Călin Mărușanu@finwatch.ro

■ **PUBLISHER MARKET WATCH:**

Gabriel Vasile@finwatch.ro

■ **Redacția:**

Redactor-șef: Radu Ghițulescu@marketwatch.ro
Redactori: Luiza Sandu@marketwatch.ro

■ **Consultanți:** Valentina Neacșu@itex.ro

Filvan@totalsoft.ro

■ **Colaboratori:** Catalin Mosoiu@gmail.com

■ **Marketing:** Valentina Tudor@marketwatch.ro

■ **Publicitate:**

Director: Alexandru Bătăi@finwatch.ro

■ **Desktop Publishing:**

Ramona Visan@marketwatch.ro

■ **Foto:** Septimiu Șlicaru (tslicaru@yahoo.com)

■ **Abonamente:** redactie@finwatch.ro

■ **Distribuție:**

Director: Elena Corneanu
Sorin Părvu

■ **Tipar:**

Tipografia REAL

■ **Data închiderii ediției:**

20 decembrie 2011

■ **NOTĂ:** Reproducerea integrală sau parțială a articolelor sau a imaginilor apărute în revistă este permisă numai cu acordul scris al editurii. Fin Watch nu își asumă responsabilitatea pentru eventualele modificări ulterioare apariției revistei.

Fin Watch SRL este membru al Biroului Român pentru Auditarea Tirajelor – BRAT. Market Watch este o publicație auditată BRAT.



ROMSOFT vă urează Sărbători Fericite!



www.romsoft.info

Claudia Ursățeanu,
Director General Romsoft

NOKIA ROMÂNIA ARE UN NOU GENERAL MANAGER

Marcus Störkel este noul General Manager al Nokia România care va coordona activitățile echipei locale, precum și relațiile cu partenerii locali pentru România și Ungaria, începând cu 1 ianuarie 2012. Marcus Störkel lucrează de 15 ani în cadrul Nokia și este licențiat al Universității Giessen din Germania, cu specializarea în management internațional, marketing și control. În ultimii ani, a avut responsabilități regionale, la nivelul zonei central est europene, pe pozițiile de marketing și respectiv sales manager, iar din 2009 a devenit Country Manager pentru Ungaria. „Am urmărit în-deaproape evoluțiile pieței din România, ca parte a atribuțiilor mele regionale, iar obiectivul meu este să contribui la materializarea oportunităților pe care le oferă această piață și pasiunea pentru tehnologie a românilor. Studiile de piață arată că utilizatorii români caută soluții pentru a fi mai eficienți în comunicare și de a fi în permanent contact cu familia, prietenii, subiectele care îi interesează. Am convingerea că Nokia dezvoltă produse și servicii care răspund acestor solicitări”, a spus **Marcus Störkel**. Răzvan Petrescu își va încheia la sfârșitul acestui an mandatul de Country Manager, poziție pe care o deține de 3 ani. Petrescu a avut atribuții regionale în perioada 2005-2008 acoperind activitatea din Bulgaria, Serbia & Muntenegru, Macedonia și Israel. „Nokia a fost pentru mine o școală de management care m-a ajutat să mă dezvolt și să-mi cresc capacitatea de a înțelege și coordona echipe și resurse de o mare complexitate și dinamică, într-un context multi-național. Am acumulat în 12 ani o experiență unică, pe care intenționez să o valorific în viitor”, a declarat **Răzvan Petrescu, Country Manager, Nokia România**.

IBM ANUNȚĂ CINCI INOVAȚII CARE NE VOR SCHIMBA VIAȚA

IBM a anunțat „IBM Next 5 în 5”, o listă de inovații ce prezintă potențialul de a schimba modalitatea în care oamenii își desfășoară activitatea în următorii cinci ani. Lista „IBM Next 5 în 5” se bazează pe tendințe ale pieței și ale societății, precum și pe tehnologii emergente din cadrul laboratoarelor de cercetare IBM din toată lumea. Inovațiile tehnologice vor schimba viețile oamenilor în următoarele modalități:

Oamenii vor avea mai multă putere –

Orice obiect care produce căldură prezintă potențialul de a crea energie ce poate fi stocată. Energia creată este disponibilă în toate formele de la orice obiect din jurul nostru.

Parolele nu vor mai fi folosite – Fiecare persoană are o identitate biologică unică și în spatele acestei identități sunt date. Date biometrice - definiții faciale, scanări ale retinei și fișiere vocale – vor fi îmbinate prin intermediul aplicațiilor software pentru a construi parola online unică ADN.

Abilitatea de a citi gândurile va deveni posibilă –

Cercetătorii din domeniul bio-informaticii au creat câști cu senzori avansați, pentru a înregistra activitatea electrică ce poate recunoaște expresii faciale, emoții și

niveluri de concentrare și gândurile unei persoane, fără a fi necesare acțiuni fizice din partea lor.

Diviziunea digitală nu va mai exista –

În societatea globală, creșterea și abundența economică sunt decise de nivelurile de acces la informație. În următorii cinci ani, distanța dintre caracteristicile informației se va micșora considerabil datorită progreselor în tehnologiile mobile. În prezent, există 7 miliarde de oameni ce populează planeta. În următorii cinci ani, vor exista 5,6 miliarde de dispozitive mobile – ceea ce înseamnă că 80% din populația globală va deține un dispozitiv mobil.

Mesajele email neimportante vor deveni prioritare –

În următorii cinci ani, reclamele nedorite pot părea atât de personalizate și relevante, încât va părea că mesajele spam au dispărut. În același timp, filtrele spam vor fi atât de precise, încât nu veți mai fi deranjați de oferte promoționale. IBM dezvoltă tehnologia ce folosește sisteme de analytics în timp real pentru a înțelege și pentru a integra date de la toate aspectele vieții, precum rețelele sociale și preferințele online pentru a prezenta și pentru a recomanda informații ce sunt utile pentru dumneavoastră.

SONDAJ ANIS: COMPANIILE DE SOFTWARE PUN LA DISPOZIȚIE ÎN 2012 CU 13,4% MAI MULTE POSTURI

Companiile de software și-au mărit echipele în cursul acestui an cu 26,7% față de 2010, planul angajărilor pentru 2012 arătând o foarte clară tendință de creștere a numărului de joburi pentru specialiștii IT, potrivit unui sondaj derulat online de către Asociația Patronală a Industriei de Software și Servicii (ANIS), în rândul membrilor, în lunile octombrie-noiembrie 2011. Mai mult, numărul de posturi nou create în 2012 va fi mai mare cu 13,4% față de 2011. Majoritatea posturilor ce vor fi deschise în 2012 se vor adresa specialiștilor din București, Iași și Cluj, atât din zona entry-level cât și middle management. Potrivit sondajului ANIS, Capitala atrage peste 50% din intențiile de angajare exprimate de companiile de IT pentru 2012, în timp ce orașe precum Iași și Cluj-Napoca atrag fiecare câte 24%, respectiv 13% din intențiile de angajare pentru anul viitor. Restul recrutărilor sunt anunțate în Timișoara, Brașov, Craiova, Târgu Mureș, Sibiu și Suceava. Peste jumătate din companiile respondente își doresc extinderea echipei pe segmentul de middle management, tendință care denotă nevoia companiilor IT de a forma o clasă de manageri care

să asigure creșterea afacerilor din domeniu pentru următorii ani. „În anii anteriori, companiile multinaționale au influențat puternic piața muncii prin deschiderea unor centre de suport, dar și de cercetare-dezvoltare.

După acest val în care cererea s-a orientat în principal către programatori și specialiști în servicii IT, companiile autohtone de software trec într-o nouă etapă când au nevoie de o clasă de management în organigramă. Există o nevoie mare de middle manageri în piață și dificultatea cu care sunt identificați pune probleme creșterii industriei.

Companiile vor fi obligate să investească în formarea acestora pentru a-și asigura o creștere susținută”, spune **Andrei Pitiș, vicepreședinte ANIS**. Printre specialiștii aflați la mare căutare în rândul companiilor software se află programatorii în Java, peste 55% dintre companiile respondente dezvoltând proiecte bazate pe această tehnologie, dar și cei specializați în .Net și PHP. „Din ce în ce mai multe companii autohtone de software la comandă și de servicii încep să evalueze posibilitatea diversificării activității prin crearea unor produse software”, a încheiat **Andrei Pitiș**.

bring
m  **RE**
to your business

www.bringmore.ro

PM Solutions, consultanța ca meserie. Performanță prin project management

În ultimii ani, PMSolutions a fost o prezență constantă în paginile Market Watch, prin intermediul rubricii Opinia Consultanțului. În acest număr, stăm de vorbă cu câțiva dintre consultanții PMSolutions pentru a descoperi modul în care se vede piața locală de consultanță din perspectiva uneia dintre cele mai active firme din domeniu.

Cum vedeți piața de consultanță IT la sfârșitul anului 2011?

Piața românească de consultanță IT este una extrem de fragmentată. Firmele mari internaționale care sunt prezente în România sunt active în special prin activități de audit și externalizare de procese și mai puțin prin servicii de analiză de procese, design de sisteme și implementare a proiectelor. Privită din această perspectivă, piața de consultanță este una relativ săracă în oferte de servicii cu valoare adăugată ridicată. Cele mai multe firme de consultanță locale au în jur de 5-10 angajați permanenți, excepțiile fiind rare și, în general, susținute de oportunități punctuale și nesustenabile în timp. Criza economică și dorința clienților de diminuare a costurilor a dus și la inițiative noi în domeniul consultanței, în general prin plecarea unor consultanți cu experiență din diferite companii care s-au confruntat cu probleme în această perioadă, consultanți care au început să își ofere direct serviciile clienților foștilor angajatori, prin angajamente de freelancing. Freelancerii și-au îndeplinit astfel aspirațiile de independență, iar clienții au reușit să își micșoreze costurile, păstrând însă echipele cu care aveau o experiență bună de colaborare.

Piața de consultanță IT a fost afectată de criza economică în același mod în care a fost afectată piața de IT la modul general. Numărul de proiecte a scăzut mult și, deci, și necesarul de servicii a scăzut proporțional. Gura de oxigen cred că a venit din zona proiectelor publice, unde și fondurile europene au ajutat la

menținerea unui nivel al investițiilor care să susțină industria IT locală. De această oportunitate au profitat însă mai mult firmele de consultanță care aveau o tradiție în lucrul cu sectorul public, cele cu portofoliu de clienți predominant privat înregistrând scăderi masive ale activității.

Cătălin Tiseac,
Director Executiv



Cum s-a adaptat PMSolutions noilor realități ale economiei ultimilor doi ani?

Pentru PMSolutions, criza economică a reprezentat un moment de relansare, pentru că am fructificat eforturile depuse în ultimii 7 ani pentru a ne face cunoscuți și pentru a promova serviciile de consultanță IT și performanță prin management de proiect. În ultimii doi ani, cheia succesului pentru noi au constituit-o proiectele cu finanțare europeană, care au oferit beneficiarilor posibilitatea finanțării serviciilor de scriere și de management a proiectelor. Sectorul public a constituit o permanentă zonă de interes pentru noi și am investit mult în ultimii ani pentru a ne face cunoscuți și pentru a construi un portofoliu

relevant de servicii pentru acest sector, iar oportunitatea finanțării nerambursabile a serviciilor de consultanță IT ne-a găsit foarte bine plasați pentru a beneficia de avantajele competitive și de imagine pe care le aveam. Pentru PMSolutions, managementul de proiect a fost un pol de competență și un diferențiator în toți acești ani, iar acest lucru ne-a diferențiat de restul firmelor de consultanță apărute peste noapte și care ofereau servicii de management al proiectelor de investiții cu fonduri europene.

Puteți puncta câteva din realizările acestei perioade?

În ultimii doi ani, am asigurat servicii de consultanță pentru 14 proiecte cu finanțare europeană, servicii care au inclus

proiectare, licitare și contractare, supervizare tehnică a livrabilelor produse de furnizori, managementul procesului de implementare și managementul contractelor de finanțare și al relației cu Autoritățile de management și Organismele intermediare. O parte dintre aceste proiecte s-au finalizat deja cu succes, altele se vor finaliza în prima parte a anului 2012, iar altele se vor derula până în anul 2013.

Urmărind o strategie complexă de informatizare pe care am creionat-o în urmă cu câțiva ani pentru Primăria Alba Iulia, am elaborat în anul 2009 un prim proiect, care a primit finanțare nerambursabilă prin Axa 3 a POS CCE și a cărui implementare s-a finalizat cu succes la sfârșitul anului 2010. Un al doilea proiect realizat de PMSolutions în cadrul aceleiași strategii pentru Primăria Alba Iulia a fost selectat spre finanțare în anul 2011, cu cel mai mare punctaj din cadrul apelului de proiecte de e-Guvernare și, în acest moment, asigurăm serviciile de management pentru implementarea sa. Acest proiect va aduce pentru prima dată conceptele de management al relației cu clienții (CRM) la nivelul administrației locale și suntem convinși că va ajuta la schimbarea radicală atât a modului în care cetățenii percep administrația, cât și a modului în care administrația măsoară performanța serviciilor pe care le oferă.

Un alt proiect de referință este cel derulat împreună cu Oficiul Național al Registrului Comerțului de la începutul anului 2010. Este proiectul cu cel mai mare buget din cadrul apelului 1 de proiecte e-Guvernare din cadrul Axei 3 a POS CCE și cel mai complex atât din punct de vedere al dificultății tehnice, cât și a celei de implementare și de gestiune a contractului de finanțare. Proiectul se află în ultimele 2 luni de implementare și, printr-un efort remarcabil al echipei reunite (integratorul sistemului, client și consultant), va aduce o schimbare majoră atât în modul în care Registrul Comerțului își desfășoară activitățile de back-office, cât și în modalitatea de interacțiune electronică cu beneficiarii serviciilor sale, prin intermediul serviciilor electronice care vor fi disponibile într-un portal web sofisticat.

Cătălin Hristea,
Director General





Lidia Ene,
Expert Senior Fonduri Europene

Un proiect interesant pentru care am realizat proiectarea și pentru care realizăm managementul implementării este Sistemul național de Raportare a Incidentelor pentru Poliția Română, proiect finanțat prin PODCA și care, începând cu trimestrul al II-lea al anului 2012, va schimba radical modul în care se înregistrează și se analizează informațiile privind toate incidente tratate de către Poliția Română.

Cum s-au reflectat toate aceste proiecte în performanța companiei?

Din punct de vedere financiar, anul 2010 a însemnat o creștere cu peste 50% a cifrei de afaceri comparativ cu anul 2009, iar pentru anul 2011 avem deja confirmarea unei creșteri de 25% față de anul 2010. Aceste rezultate ne-au permis mărirea echipei de consultanți prin cooptarea unor specialiști cu experiență unică în managementul fondurilor și al programelor post-aderare în domeniul IT. Pentru a ne putea deservi mai bine clienții și pentru a acomoda o echipă lărgită, ne-am mutat la sfârșitul anului 2010 într-un sediu nou, care simțim că se potrivește mai bine atât cu imaginea pe care o promovăm, cât și cu aspirațiile noastre.

Ce credeți că lipsește pieței de consultanță IT din România?

Cred că principala problemă este chiar dimensiunea acestei piețe. Piața românească de consultanță IT este una foarte mică, iar această problemă a fost accentuată de criza economică din ultimii doi ani, care a redus și mai mult numărul de proiecte IT și, implicit, necesarul de consultanță. O altă

problemă este lipsa de cultură a pieței IT în ceea ce privește necesitatea și utilitatea consultanței. Așa cum românul a fost învățat atâta timp să se descurce cu ce are, să își repare singur Dacia, să se priceapă la fotbal și la politică, în același fel își percepe și auto-suficiența în ceea ce privește proiectarea sistemelor informatice și implementarea lor. Din acest punct de vedere, ne aflăm încă, din păcate, într-o piață IT primitivă, în care achizițiile sunt încă majoritar centrate pe hardware și licențe, iar acestea se cumpără de cele mai multe ori ca un scop în sine, fără o proiectare a unei arhitecturi și fără o dimensionare care să țină cont, în primul rând, de faptul că hardware-ul este doar un suport pentru aplicații. De asemenea, serviciile de implementare sunt, deseori, mult subdimensionate.

Dimensiunea redusă a pieței de consultanță IT afectează negativ competitivitatea și calitatea serviciilor de consultanță, deoarece multe firme de consultanță sunt nevoite, pentru a putea supraviețui, să realizeze compromisuri etice prin parteneriate cu furnizorii, care sunt, însă, interesați numai în promovarea propriilor produse. Acest comportament duce, însă, la debilizarea generală a consultanților și la



Diana Popescu,
Expert Fonduri Europene

perpetuarea unei percepții negative cu privire la consultanți și la utilitatea reală a serviciilor lor.

Dintr-o altă perspectivă, piața proiectelor IT suferă, din păcate, de aceeași boală de care suferă întreaga economie românească – mediocritatea ofertei (cu excepții care nu reușesc, însă, să modifice percepția generală) și resemnarea beneficiarilor. Așa

cum ne-am resemnat cu gândul că la noi o autostradă va fi întotdeauna mai scumpă și mai proastă decât la alții, cu aceeași resemnare ne-am obișnuit să tratăm și proiectele IT. Clienții nu știu ce să ceară și ce criterii de calitate să impună, iar furnizorii nu sunt capabili să le respecte, chiar și în prezența unor bugete mai mult decât generoase. Din acest motiv asistăm la un paradox: multe proiecte gândite sau implementate prost, inutilizabile sau cu o investiție care nu se justifică prin prisma beneficiului final obținut, dar care, în același timp, se regăsesc ca referințe de succes în portofoliul furnizorilor – ceea ce perpetuează problema. Am lucrat personal cu astfel de clienți, în proiecte majore, sprijinindu-i în relația cu furnizori locali de top, asistând inițial la nemulțumirea lor legată de calitatea serviciilor pe care le primeau și, ulterior, la instalarea resemnării venite din experiențe similare cu alți furnizori. Există, desigur, și o culpă a clientului: multe proiecte sunt demarate oportunist, fără a exista o nevoie reală, iar lipsa de interes a clientului se reflectă direct în calitatea rezultatului final.

Cum se diferențiază PMSolutions în acest context?

Încă de la început, ne-am stabilit un cod etic de conduită și l-am promovat ca diferențiator major față de firmele concurente. Nu ne implicăm în proiecte la care sesizăm că rolul nostru ar fi doar unul de fațadă, util pentru a justifica și legitima decizii care au fost deja luate. Din perspectiva serviciilor pe care le furnizăm în contextul proiectelor finanțate din fonduri europene, acestea sunt semnificativ mai generoase decât cele oferite de firmele care au ca obiect de activitate exclusiv accesarea fondurilor europene. Astfel, pe lângă componenta de gestiune a contractului de finanțare, PMSolutions asigură cu propriii săi consultanți întreaga gamă de servicii cu specific IT: analiza necesităților și proiectarea sistemelor informatice, scrierea cererii de finanțare (inclusiv componenta tehnică), sprijin pentru evaluarea ofertelor tehnice și selecția furnizorului, revizuirea tuturor livrabilelor tehnice ale proiectului și sprijin pentru procesul de



Simona Popovici,
Expert Senior Fonduri Europene

testare și acceptanță. Întrucât managementul proiectelor IT este una dintre competențele noastre de bază, nu trebuie să apelăm la furnizori de tehnologie și astfel ne putem păstra independența, iar clienții noștri beneficiază de sfaturi care sunt integral în beneficiul lor.

PMSolutions este și un apreciat furnizor de servicii de formare în domeniul managementului de proiect. Există noutăți în această direcție?

Training-ul în management de proiect a constituit întotdeauna pentru PMSolutions o activitate pornită din dorința de a transforma piața românească de management de proiect într-o adevărată societate a profesioniștilor. Deși nu ne-am promovat niciodată agresiv ca o firmă de training, aceste servicii nefiind core business-ul nos-



Ioana Hristea,
Coordonator Program Training

tru și, ca atare, nefiind partizanii abordării de tip „cursuri pe bandă rulantă”, am fost mereu plăcut surprinși să constatăm că toc-

mai sinceritatea și seriozitatea cu care abordăm acest subiect ne-au oferit câștig de cauză și, astfel, am avut șansa să colaborăm și pe acest segment de servicii cu mari companii, atât străine, cât și românești. Abordarea noastră în această direcție se bazează pe realizarea unor contracte pe termen lung cu companii pentru care construim programe de instruire personalizate și mai puțin pe cursuri de tip „open”, iar motivul principal este acela că trainerii PMSolutions nu sunt doar teoreticieni, ci sunt cei mai titrați consultanți ai firmei, fiind implicați permanent în proiecte al căror program nu permite o flexibilitate prea mare. Pentru cei care apreciază, însă, cursurile noastre, oferim bianual și două sesiuni open.

Principalul atu al cursurilor PMSolutions este astfel reprezentat de experiența trainerilor, care sunt, în primul rând, manageri de proiect cu experiență, implicați constant în coordonarea proiectelor. Din acest motiv, cursurile susținute de ei sunt o transpunere continuă a realității în sfaturi practice și exerciții cu valoare didactică deosebită.

Cel mai apreciat curs pe care îl oferim este cel la finalul căruia participanții pot obține atât o certificare națională, prin Diploma de Absolvire recunoscută de Ministerul Muncii și Educației, cât și pregătirea practică și teoretică necesară în vederea certificării internaționale oferite de Asociația de Project Management România (APMRo), afiliată International Project Management Association (IPMA).

Care sunt gândurile cu care începeți anul 2012?

Știm că ne așteaptă o perioadă dificilă. În varianta cea mai optimistă, criza economică și măsurile de austeritate ne vor afecta încă cel puțin doi ani. Suntem, însă, pregătiți să facem față acestei perioade. Pentru anul 2012, avem deja contractate proiecte care însumează peste 80% din cifra de afaceri a acestui an și avem, de asemenea, o colecție de oportunități care sperăm să se concretizeze. Utilizând experiența acumulată în ultimii trei ani în domeniul gestionării proiectelor finanțate din fonduri europene, expertiza metodo-

logică generală în domeniul managementului de proiect și experiența specifică de management a proiectelor de construcții și de amenajare a clădirilor de birouri din cadrul departamentului nostru specializat în lucrări de construcții, am abordat o categorie nouă de proiecte – în domeniul lucrărilor publice și mediului. Astfel, am câștigat în acest an un contract pentru managementul unui proiect de reabilitare a sistemului de termoficare din municipiul Focșani, o investiție de peste 150 de milioane de lei, care ne va solicita expertiza în următorii trei ani. Ne propunem să încercăm să abordăm și alte proiecte similare, dintr-o zonă diferită de cea de IT,



Liviu Fecete,
Project manager proiecte construcții

astfel încât strategia noastră de dezvoltare să se bazeze pe mai mulți piloni de creștere și să fie, astfel, mai puțin expusă contracțiilor pieței. Nu ne vom îndepărta, însă, de valorile și competențele noastre de bază în domeniul managementului de proiect, chiar dacă vom lărgi aria sa de aplicabilitate. De asemenea, ne propunem să lărgim echipa de consultanți IT cu competențe tehnice în domeniul proiectării sistemelor informatice, dar și al analizei și modelării proceselor de lucru.

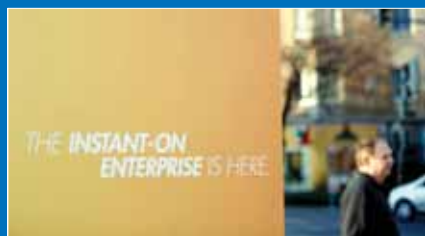
Mulțumim tuturor clienților și colaboratorilor noștri și le urăm un an nou plin de împliniri și satisfacții. La mulți ani!



HP DISCOVER 2011,

o abordare uniformă a tehnologiei

HP Discover 2011 a unificat două dintre cele mai importante evenimente desfășurate în regiunea EMEA (HP@work și Software Universe) și a atras la Viena peste 6.000 de participanți. Procesul arată intenția HP de a avea o abordare uniformă între diversele divizii și pune, pentru prima dată, într-un spațiu comun: infrastructură, software și servicii.



Schimbările de CEO din ultimii doi ani au afectat dezvoltarea strategică a HP, iar apariția lui Meg Whitman la Discover 2011 a fost salută de întreaga audiență. În discursul introductiv, Meg Whitman a punctat că tranziția către un nou CEO este dificilă pentru companie, angajați și clienți, însă HP rămâne cel mai mare provider IT, de la infrastructură până la software și servicii, atât pentru clienți individuali, cât și pentru cele mai mari corporații. Soluțiile de infrastructură care generează în mod curent circa 60% din venituri vor rămâne nucleul HP, dar se va pune un accent tot mai important pe software. „Asta nu înseamnă că facem din HP o companie de software, ci doar că dorim să rezolvăm problemele clienților. De asemenea, aș vrea să scot drama din titlurile de presă legate de HP și să aduc produsele și serviciile”, a mai adăugat **Meg Whitman**. Viziunea noului CEO prevede următoarea abordare:

- HP trebuie să acționeze ca o echipă, fără ca partenerii sau clienții să știe care este structura internă a companiei
- Este nevoie de investiții considerabile în e-commerce a nivel B2B, spenru ca HP să ofere cea mai bună expereinta online din industrie
- HP trebuie să atragă cele mai bune și talentate resurse umane

- Bugetul de investiții în cercetare dezvoltare trebuie să crească și asta va fi o certitudine în următorii 2 ani
- Soluțiile pentru reducerea consumului de energie sunt o prioritate.

Focus pe Cloud Hibrid

Subiectul Cloud Computing a fost prezent, inevitabil, pe agenda HP Discover 2011, iar convingerea HP este că, în următorii 5-6 ani, inclusiv aplicațiile mission-critical se vor muta pe o infrastructură tip Cloud. Totuși, oficialii HP mizează cu precădere pe modelul hibrid, care va oferi clienților o libertate mai mare de alegere a soluției potrivite. Modelul hibrid combină infrastructura IT rezidentă în medii diverse (tradițional, Cloud Privat, Cloud Public) pentru a oferi maximum de scalabilitate și flexibilitate la un cost optim. Opțiunea clienților nu are legătură cu unul sau altul dintre modele, ci cu beneficiile oferite. În viziunea HP, modelul Cloud Hibrid va deveni până în 2020 cel mai comun mod de livrare al tehnologiei. În acest sens, HP a inițiat un parteneriat cu Alcatel-Lucent pentru combinarea tehnologiilor IT cu cele din Comunicații, într-o soluție Cloud unificată, ce conține: unelte pentru gestiunea lățimii de bandă, acceleratori și aplicații selfservice care să permită subscrierea și gestiunea unor servicii multiple.

Certificări pe Cloud

HP s-a conformat predicțiilor Gartner care afirmă că, până în 2014, cunoștințele și competențele care au legătură cu modelul „Cloud Computing” vor deveni extrem de relevante și, prin urmare, a extins gama de certificări în consecință. La HP Discover 2011 au fost anunțate în premieră trei certificări la nivel personal: Master Cloud Integrator, Cloud Integrator și Cloud Architect. Aceste specializări vor fi introduse în curricula universitară acolo unde există parteneriate, precum și în sectorul de documentare HP Press. Complementar, va fi extins portofoliul de cursuri și sesiuni demo, atât cu direcționare către tehnologie, cât și către servicii.

Implicarea Directorilor Financieri

Deoarece în piață se vorbește tot mai des despre Cloud și despre alinierea obiectivelor de business cu cele IT, HP încearcă o schimbare de abordare la nivelul serviciilor financiare. În acest sens, compania va organiza o masă rotundă cu CFO (Chief Executive Officer) din întreaga lume în martie 2012, la Singapore. Focusul evenimentului va fi impactul Cloud Computing la nivel de finanțare și alinierea obiectivelor tehnologice cu cele financiare. În viziunea HP, Cloud înseamnă mai mult decât transformarea CAPEX în OPEX, implică reducerea riscurilor investiționale, precum și o abordare diferită a cashflow-ului, context în care HP dorește uniformizarea relației dintre CIO (Chief Information Officer) și CFO. Într-o companie modernă, deciziile sunt luate în comun și, dacă toate părțile implicate își ridică nivelul de expertiză pe domenii conexe, rezultatele vor fi mult mai bune.

Noutăți tehnologice

Din punct de vedere tehnologic, la HP Discover 2011 au fost anunțate mai multe produse noi. Cele mai relevante lansări au fost:

- **IDOL 10**, o platformă de analiză a datelor structurate și mai ales nestructurate (documente, email-uri, fișiere audio/video, imagini etc.) bazată pe tehnologii de la Autonomy și Vertica (ambele cumpărate anul acesta, Autonomy cu circa 12 miliarde USD, Vertica la un preț nesușținut oficial însă estimat la circa 300 milioane USD). Conform analizelor 85% din date sunt în format nestructurat și există în afara bazelor de date relaționale, prin urmare aplicațiile tradiționale care se bazează exclusiv pe aceste baze de date nu oferă informații relevante 100%.
- **Social Media Intelligence**, o soluție pentru monitorizarea, captarea și analiza informațiilor relevante din social media, un instrument foarte eficient pentru noul val din marketing.
- două noi versiuni ale **IT Performance Suite** dedicate responsabililor cu procesele și operațiunile din cadrul departamentelor IT (în primăvară a fost lansată o versiune pentru CIO).
- **HP B6200 StoreOnce Backup System**, un appliance pentru back-up și deduplicare date, care lucrează la o viteză de **28 terabytes pe oră** (back-up/restore). Există și o versiune pentru SMB, însă la performanțe sensibile mai mici.

■ GABRIEL VASILE

CURS DESCHIS DE PROJECT MANAGEMENT

disponibil în fiecare luna

PM QuickStart®

Metoda de învățare rapidă
în format de simulare de business
cu trainerii certificați

Recomandat pentru

Incepatori

Junior Project Manageri

Resursele implicate în proiecte

Sponsori, Decidenți, Manageri

Calendarul Cursurilor – 2011 BUCUREȘTI

- | | |
|----------------------|---------------------|
| • Iulie 28 - 29 | • Octombrie 25 - 26 |
| • August 25 - 26 | • Noiembrie 28 - 29 |
| • Septembrie 22 - 23 | • Decembrie 15 - 16 |

Inscrieri la

Email: training@axioma.ro

Telefon: 0733.957.675



Axioma Solutions

București, Bd Iuliu Maniu Nr 7, Corp U, Etaj 4

www.axioma.ro



Florian Ivan, Director pentru Educație și Certificare, Project Management Institute
florian.ivan@pmi.ro

Proiecte fără arsuri

Extenuare și pierderea interesului! Aceasta este prima definiție a termenului burnout la o simplă căutare pe Google. Și explicația termenului este încadrată la rubrica psihologie. Nu întâmplător am abordat acest termen în această perioadă, în care fiecare a doua persoană pe care o întâlnesc îmi spune că de Sărbători vrea să se odihnească. Chiar epuizăm atât de mult oamenii prin proiectele pe care le derulăm?

Lucrurile se leagă puțin, chiar de la prima vedere. Una dintre competențele cele mai importante care se cere de la un project manager este să reușească să își motiveze, coordoneze și chiar streseze echipa de proiect, astfel încât aceasta să livreze la timp ceea ce se așteaptă de la ea și, pe cât posibil, și fără cheltuieli suplimentare. Prima întrebare, legitimă de altfel, este dacă într-adevăr putem să închidem proiecte de succes fără victime colaterale. Fără ca oamenii, atunci când sunt eliberați din proiecte, să aibă nevoie de vacanță pentru a-și reveni. Cei care au petrecut mai mult timp prin cărți de specialitate susțin tare că da, se poate. Printr-un planning realist, printr-o alocare a task-

urilor care ține seama de competențele și disponibilitatea resurselor, printr-o politică de resurse umane mai bine gândită, și lista de bune practici poate continua. Pe de altă parte, sunt și cei care își duc viața de pe o zi pe alta, pe front, prinși între cerințe tot mai multe și mai absurde din partea clientului și resurse tot mai limitate, și care sunt ferm convinși că nu se poate fără câteva răni, de preferat cât mai superficiale. Logica ne împinge către un raționament care ne spune că adevărul este undeva la mijloc. Pe de altă parte, soluția este dată chiar din exprimarea de mai sus. Cei care sunt expuși mai des și mai intens la literatura de specialitate, la bune practici sunt cei care fac lucrurile ca la carte. Și la carte spune că trebuie să avem grijă de oameni pentru că, nu-i așa, ei sunt resursa cea mai de preț a unei companii. Oricât de tentant ar fi, nu o să recomand educația ca soluție, deși știm cu toții că este parte din soluție. Întotdeauna când citim despre modele de succes, de fapt citim despre mari lideri care au înfăptuit lucruri mărețe. Problema noastră este că noi nu suntem Jack Welch și nici Donald Trump.

Așadar, soluția este la noi. Resursele sunt la noi, proiect plan-urile sunt la noi, experiența anterioară este tot la noi. Sau nu? Cei mai mulți oameni nu sunt capabili să producă dovezi ale experienței întrucât, de cele mai multe ori, proiectele ni se întâmplă. Ne iau prin surprindere, ne copleșesc, ne

depășesc, și maximul de ambiție pe care îl putem avea este să minimalizăm pierderile sau să ascundem derapajele. Pentru că, dacă am avea o experiență documentată, am avea dovada scrisă că alocarea unei resurse despre care se știe că este necalificată sau indisponibilă ar fi un act de incompetență în managementul proiectului. Și atunci ne complacem în lipsa de informație, pe care o perpetuăm, pentru că în lipsa informației putem mereu să ne ascundem în spatele scuzei că am operat în condiții de incertitudine și că a fost o surpriză că resursele nu au performat corespunzător. Este inacceptabil pentru un project manager cu ceva experiență să ofere drept scuză faptul că resursele nu au performat sau, mai rău, că nu au fost disponibile pentru proiect. Așadar, primul pas este ca, în dimineața zilei când începem un proiect nou, să facem **dușul rece al realității**. Chiar dacă experiențele anterioare și mult blamatul caracter național ne-au făcut campioni mondiali la scuzat, este o competență de care trebuie să scăpăm.

Este un fapt știut și recunoscut că resursele sunt limitate. Adesea și necalificate. Dar, ca să parafralez un cunoscut cu multe realizări la activ, cu resurse multe poate oricine. Deci trebuie să începem proiectul, avem deja niște resurse, mai puține decât am cerut, mai nepricepute decât speram. Ar fi un moment bun să începem să ne lamentăm. Să construim deja așteptările că proiect-



Ce este ROI 4X4 ?

Raspuns:

"O metoda de lucru colaborativ care te ajuta sa sustii initiativele de business pe baza valorii pe care acestea o genereaza pentru organizatie".

Adica...

atunci cand bugetul conteaza, propunerea ta va avea o justificare solida, obtinuta in urma unui proces auditabil iar ceilalti vor intelege rapid **Ce, Cum si Cat.**

Totul in mod **Obiectiv, Clar**, fara subiectivisme si discutii contradictorii.

Raspuns Complet?

Vino sa afli asta la cursul de **Return on Investment** organizat de Axioma Solutions.

Optiunile tale:

- 13 Octombrie 2011
- 17 Noiembrie 2011
- 6 Decembrie 2011

Inscrieri pe
www.axioma.ro



tul va fi un eșec pentru a nu fi trași la răspundere ulterior. Dar ar fi păcat. Pentru că profesia de project manager are așteptări și pretenții mai mari de la cei care o exersează. Și totuși, ce putem face? Cu riscul de a poza în dascăl rupt de realitate, o să vă recomand aprofundarea unei Knowledge Area din PMBOK și anume Project Human Resource Management și, în special, procesul Develop Project Team. Dacă aș fi șeful unui PMO sau un oricare sponsor într-un proiect (cu toții avem vise din acestea!) și un project manager mi-ar spune că proiectul a eșuat pentru că oamenii din proiect au fost nepotrivți, prima întrebare ar fi: „Ce ai făcut tu pentru ca ei să fie mai buni?”. Întotdeauna oamenii sunt mai puțin competenți decât ne-am dori noi și întotdeauna cei mai buni sunt deja prinși în alte proiecte. Și atunci, pentru a da totuși o șansă proiectului, trebuie să planificăm, la modul cel mai onest și serios, **pregătirea echipei de proiect**. Și, când zic pregătire, mă refer la traininguri prin care ei să dobândească acele competențe care îi separă de ceea ce numim atât de pompos „required skills”. Este adevărat

că nu poți transforma oamenii peste noapte, dar industria de educație propune diverse metode și formate de a face transfer de competențe, care pot da roade spectaculoase. S-ar putea să fie defect profesional, dar eu aș pune în toate proiectele câteva activități de training, măcar să mă asigur că toată lumea are aceeași înțelegere a lucrurilor.

Se spune că un project manager trebuie să aibă trei caracteristici. Să știe cum se fac lucrurile (knowledge), să poată să le facă (performance) și să se comporte corespunzător cu echipa (personal). În project management nu se întâmplă miracole. Dacă vreodată avem senzația că se întâmplă, trebuie să începem să le analizăm și să înțelegem cauzele care au stat la baza efectului ce seamănă a miracol. Există însă cunoștințe, disciplină, experiențe și oameni. Și, combinate cu măiestrie, trebuie să îi facă pe toți cei care lucrează în proiect să simtă că fiecare zi este o dimineață de Crăciun!

Sărbători fericite și anul nou să vă aducă îndrăzneala de a visa, tăria de a realiza și liniștea de a vă bucura de vise și realizări! ■

CRESCENDO, PRIMUL PARTENER MICROSOFT GOLD SAM DIN ROMÂNIA

Crescendo este prima companie din România care obține certificarea Microsoft Partner Gold Software Asset Management (SAM). Certificarea înglobează un set de procese și proceduri în vederea administrării și optimizării resurselor software existente într-o organizație, prin care aceasta își protejează investițiile făcute în software. De asemenea, SAM sprijină companiile într-o multitudine de situații, precum supra/sublicențiere, lipsa unei imagini de ansamblu asupra activelor software din organizație cu implicații majore asupra costurilor și eficienței, lipsa standardizării și a unor procese IT clar definite. Astfel, facilitează eforturile organizațiilor în direcția optimizării costurilor și activității. Conform oficialilor Crescendo, nu puține au fost cazurile în care companii care dispuneau de versiuni complete ale anumitor software-uri, utilizau în mod real doar 30% din funcționalități, sau manageri IT – recent numiți în funcție – nu dispuneau de o imagine clară asupra software-ului din companie, precum și asupra nevoilor reale ale organizației. În astfel de situații și nu numai, în urma implementării SAM a fost obținută o reducere a costurilor aferente licențierii – chiar până la 34,5%. În calitatea de Microsoft Gold SAM, CRESCENDO oferă – pe lângă portofoliul de servicii deja existent – servicii de consultanță la standardele de calitate impuse de Microsoft, privind modul de gestionare și optimizare a licențelor și activelor software pentru organizații de toate dimensiunile, de la firme mici la organizații de mari dimensiuni.



2012: PIAȚA IT CREȘTE ÎN EUROPA CENTRALĂ ȘI DE EST



Un studiu recent, publicat de Erste Group, creditează piața IT din regiunea CEE cu un potențial major de creștere în următorii ani. Analistii grupului austriac pun aceste perspective pe seama creșterii interesului pentru tehnologiile mobile și cloud computing, dar și pe impactul finanțărilor europene nerambursabile.

Chiar dacă rezultatele acestui studiu sunt oarecum la distanță de estimările unor companii de analiză cu activitate și networking mai intense pe piața locală, nu trebuie discreditat din start, mai ales dacă sunt bazate pe informații și presupoziii pertinente. În esență, studiul (care se bazează pe datele European IT Observatory) preconizează că în următorii 2-3 ani piețele IT din regiune vor avea un ritm de creștere cel puțin dublu față de creșterea PIB-ului, în principal datorită finanțărilor europene pentru proiecte din spațiul public. În urma acestui proces, însă nu exclusiv pe baza fondurilor structurale, cheltuielile cu IT-ul vor crește cu 8-15 procente în anul viitor, cu precădere în țări precum Polonia, România, Bulgaria și Croația. Factorii care vor genera această creștere a bugetelor alocate IT-ului țin de necesitatea reducerii costurilor și a creșterii eficienței operaționale, dar și de necesitatea creșterii mobilității forței de muncă sau a flexibilității sistemelor IT în general. O altă mențiune a studiului, este că acest context favorabil va deschide oportunitatea unui nou val de achiziții și fuziuni, cu precădere în rândul companiilor de IT mici, dar bine orientate către noul val tehnologic.

12,7% creștere în România

În ciuda evoluției aproape statice din piețele vest-europene, analistii Erste consideră că în Europa Centrală și de Est companiile sunt mai noi și mai dinamice și, prin urmare, mai dornice să investească în tehnologii informatice. Prin urmare, în 2012, creșterile așteptate la nivelul pieței IT se situează la 7,8% în Polonia, 12,7% în România, 15% în Bulgaria și 10,1% în Croația, ceea ce va determina o creștere considerabilă la nivelul întregii regiuni.

„În general, piețele central și est europene vor înregistra creștere la nivel de IT cu o valoare dublă față de PIB, cel puțin pentru următorii ani, micșorând astfel distanța față de țările vestice. Apartenența la UE și integrarea în spațiul comunitar va mai dura cu siguranță câțiva ani și va fi un element de bază în creșterea IT-ului. Fondurile de coeziune, care sunt destinate atât spațiului privat cât și celui public sunt considerabile și vor avea un impact pe măsură”, consideră oficialii Erste Group implicați în realizarea studiului.

Studiul încearcă și o diferențiere la nivelul factorilor care determină creșterea piețelor IT, punând acces atât pe factori fundamentali (fonduri struc-

turale, proiecte publice necesare armonizării legislative și aderării la EU), cât și pe factori de natură tehnologică, ce țin de trendurile curente prezente în industrie: cloud computing și orientare pe servicii IT, mobilitate, rețele de comunicații de generație nouă etc. La acestea se adaugă nevoia constantă de eficiență și de reducere a costurilor, dar și respectarea unor standarde industriale sau gestionarea unor volume mari de date. De asemenea, pe fondul unei reveniri a piețelor, numeroase companii vor fi dornice să acumuleze cote de piață rapid și, prin urmare, vor investi în instrumentele IT necesare pentru atingerea acestor obiective.

Factori generatori de creștere

Din perspectiva studiului Erste, un top al acestor factori arată astfel:

1. **Cloud Computing**, un domeniu de atracție cu precădere pentru SMB și start-up-uri. Ideea centrală din spatele cloud computing este accesarea unui sistem IT (aplicații, platforme, infrastructură) sub forma unui abonament lunar, eliminându-se astfel nevoia unei investiții inițiale mari (licențe, echipamente, consultanță) oarecum prohibitivă pentru multe companii din categoria SMB. Pe fondul lipsei de capital, ▶



CANON POWERSHOT SX40 HS

Apropie-te cu ușurință de subiect cu ultra-zoom 35x

Furnizând o calitate excepțională a imaginii, PowerShot SX40 HS este printre primele modele PowerShot echipate cu noul procesor de imagine Canon DIGIC 5, ce pune în valoare performanța sistemului HS System și oferă opțiuni avansate de fotografiere, precum și posibilitatea de înregistrare de filme Full HD (1080p). Uimitorul interval de zoom permite fotografierea oricărui subiect să fie făcută cu ușurință, de la acțiuni derulate în mare viteză pe piste de curse la faună sălbatică sau prim-planuri abstracte. Noua tehnologie Intelligent IS asigură utilizatorul că imaginile înregistrate au toate elementele bine definite, iar înregistrările video sunt clare.

Ultra-puternic, ultra-zoom

PowerShot SX40 HS este incredibil de versatil, înregistrând cu o precizie uimitoare subiecții aflați în apropiere sau la depărtare, mulțumită unuiu dintre cele mai puternice zoom-uri disponibile pe piață, bazat pe aceeași expertiză optică aflată în spatele succesului obiectivelor profesionale Canon. Zoomul 35x, cu Ultrasonic și Voice Coil Motors asigură o focalizare rapidă și silențioasă. Performanțele se extind de la un ultra-wide-angle 24mm până la distanța maximă telefoto de 840mm, permițând utilizatorilor să capteze fotografii wide-angle, precum și portrete sau acțiuni ce se derulează la distanță.

Noi standarde în calitatea imaginii

PowerShot SX40 HS este cel mai recent model dotat cu HS System, care combină un senzor CMOS de 12,1 megapixeli de sensibilitate ridicată, iluminat din spate, cu noua generație de procesoare de imagine Canon pentru a captura imagini de calitate, cu nivel redus de zgomot în toate condițiile de fotografiere. Procesorul de imagine DIGIC 5 oferă tehnologii avansate de reducere a zgomotului, reducând cu până la 75% zgomotul la toate nivelurile ISO și producând fotografii mai naturale, lipsite de blur, fără a fi nevoie de un trepied sau bliț. Noul Multi-area White Balance face ca imaginile să arate mai natural prin detectarea

situațiilor în care există două surse diferite de lumină și apoi aplicând corecții ale balansului de alb specifice fiecărei suprafețe. De exemplu, când fotografiați cu bliț un portret obișnuit într-o cameră cu iluminare tungsten, aparatul foto se va aplica balans de alb tungsten fondului imaginii și balans de alb pentru bliț pe fața subiectului, garantând că atât subiectul cât și fundalul păstrează culorile lor naturale.



Filmare Full HD

Butonul dedicat pentru filmare permite fotografiilor să devină imediat cameramani, trecând de la fotografii de înaltă calitate la înregistrare video Full HD (1080p) la 24 fps cu sunet stereo pentru filmări fantastice. Partajarea și editarea propriilor filme nu poate fi mai ușoară. PowerShot SX40 HS oferă suport pentru formatul Apple iFrame Movie, permițând importarea și editarea imediată a clipurilor video în programe software uzuale, simplificând și accelerând procesul de post-producție.

Canon

► aceste companii vor fi atrase de modelul cloud și vor genera creșteri considerabile de venituri la nivel de servicii. Având în vedere că segmentul SMB reprezintă nucleul economiilor din Europa Centrală și de Est, acceptarea conceptului de IT ca serviciu ar trebui să aibă un impact pe măsură în evoluția pieței.

2. Mobilitate și rețelele de comunicații de generație nouă. Operatorii de telecomunicații din regiune sunt foarte dinamici, iar rețelele dezvoltate sunt cu precădere din ultima generație. Complementar, costurile serviciilor de telecomunicații sunt la un nivel scăzut și, prin urmare, accesibile unor largi categorii de utilizatori. De asemenea, vânzările de smartphone-uri și tablete sunt în creștere în majoritatea piețelor. Cifrele oficiale arată că rata de penetrare la nivelul telefoniei mobile este de 82%, iar datele mobile sunt în creștere exponențială. 26% din terminalele mobile vândute în Q3 2011 au fost smartphone-uri, însă reprezintă doar 10% din baza instalată. Această conjunctură oferă oportunități majore de dezvoltare pentru aplicațiile mobile, video streaming, comunicații machine2machine, plăți mobile etc.

3. Nevoia de eficiență și reducere de costuri operaționale. Multe companii din regiune s-au dezvoltat organic în perioada pre-criză și acum au nevoie de instrumentele necesare gestionării eficiente a unei activități nu foarte bine optimizate. Prin urmare, se impune implementarea unor soluții de gestiune care să ofere atât informații relevante în timp real, cât și asistență decizională. De asemenea, proiectele de consolidare și integrare vor putea permite reduceri ale costurilor operaționale aferente IT-ului.

4. Fonduri europene pentru proiecte publice. Fondurile de coeziune reprezintă principala sursă de bugetare a proiectelor publice în majoritatea țărilor din regiune. Valoarea fondurilor obținute este uriasă, iar impactul în piețele IT respective este pe măsură, chiar dacă acoperirea este multianuală. Pentru România, studiul Erste amintește cifra de 252 de milioane de euro, fără însă a da mai multe detalii.

5. Achiziții și fuziuni. Conform analiștilor Erste, în regiune, companiile

din IT au în general o situație financiară foarte bună și foarte puține datorii, prin urmare, având în vedere disponibilitățile de capital ale unor jucători cheie, vom asista la o serie de achiziții și fuziuni care vor avea o influență pozitivă asupra pieței. Sunt vizate companii mici și medii, cu focus pe scalabilitate și tehnologii de ultimă generație, prin urmare cu valori la nivel de proprietate intelectuală și mai puțin ca bază instalată. Ca potențiali cumpărători studiul amintește nume precum: SAP, HP, Oracle, Google, Software AG, IBM și Asseco, însă, cu excepția Asseco, singurul jucător din regiune, nu cred că vom vedea anunțuri concrete. Mai plauzibile sunt planurile TotalSoft, spre exemplu, de a achiziționa o companie IT medie din Polonia și despre care Liviu Drăgan spunea recent că sunt într-o etapă avansată de negociere. Studiul amintește și câteva companii mari din regiune ce ar putea ridica interesul jucătorilor globali: ComArch, Sygnty - ambele din Polonia și Ericsson Nikola Tesla (Ungaria), în toate cazurile valorile posibile ale unor tranzacții scăzând considerabil față de evaluările precedente.

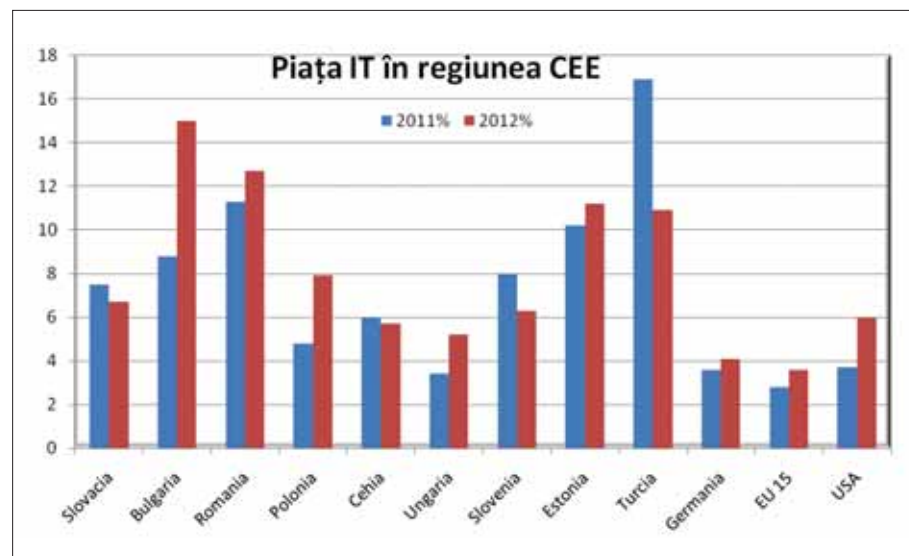
Concluzii

Valorile de creștere ale pieței IT din regiune menționate de Erste Group sunt

destul de optimiste și puțin probabil că vor deveni realitate, cel puțin pentru anul 2011, care nu va avea o creștere de 11,3% conform celor mai avizate păreri locale. Proiecțiile diferă, însă, în funcție de segmentul de piață și, prin urmare, creșterea este mai ponderată la nivel de software, dar poate fi peste așteptări în servicii și retail IT. Am discutat recent cu Iulian Stanciu, co-fondatorul Asesoft, grup care controlează eMag, Flanco și Network One Distribution (NOD ex Asesoft Distribution) și care consideră realist procentul de 12,7% creștere pentru anul 2012 amintit de Erste Group, cel puțin pentru distribuția și retailul de produse IT. Creșterea s-ar datora amânării achiziției de produse IT din ultimii doi ani de către numeroase companii, dar și persoane fizice și care, pe fondul exploziei de dispozitive și aplicații mobile (tablete, smartphone-uri), vor face aceste investiții în următoarea perioadă. De altfel, creșterea estimată de oficialul Asesoft pentru compania NOD se situează în jurul aceleiași valori.

Poate valoarea în sine este mai puțin relevantă în actualul context economic și social, mai importantă fiind tendința, indiscutabil, ascendentă a pieței și care va declanșa cu siguranță interesul pentru investiții la nivelul întregii economii regionale.

■ GABRIEL VASILE



SMS PENTRU MOȘ CRĂCIUN: CANON EOS 600D!

Dacă vârsta și criza economică nu ar fi redus sensibil credința mea în Moș Crăciun... i-aș fi scris Moșului o scrisoare foarte-foarte scurtă. Concisă! Minimalistă chiar! De fapt, m-aș fi putut exprima perfect și într-un SMS: Canon EOS 600D! Evident, argumentația justificativă mi-ar fi luat ceva mai mult spațiu... Canon EOS 600D m-a vrăjit de când l-am văzut prima oară. Adevărul e că, la nivelul meu – de fotograf întârziat, dar entuziast! – este și greu să nu te seducă. Că doar „atracții” are destule: senzor de 18 Megapixeli și procesor DIGIC 4, care îți permit ISO-uri de vis altădată (până la 6.400!) și viteză de până la 1/4000 sec, carcasa robustă, display mobil, clar și generos (în traducere: „ecran TFT Clear View 3:2 de 7,7 cm, cu unghi variabil, cu aproximativ 1.040 mii puncte”), posibilitatea înregistrării HD, wireless flash control și lista ar putea continua încă jumătate de pagină, fără mare efort. Dar sunt pline site-urile de specialitate de review-uri și parametri tehnici (dpreview.com îi alocă vreo 20 de pagini). Și, prin vară, juriul de profesioniști de la European Imaging and Sound Association (EISA) au hotărât că este just ca EOS 600D să se bucure de atâta atenție, decretând că aparatul merită titlul de „Best D-SLR Entry Level” pe 2011. Sincer,



titlurile nu prea mă impresionează.

Dar, după ce am avut șansa să-l pot „pune la lucru”, să mă conving pe viu de cât de maniabil este, de cât de docil și prompt răspunde la comenzi, de câte opțiuni și funcționalități mai am de explorat, de cum te poți juca direct din aparat cu filtrele creative și cu Basic+, Canon 600D a devenit unicul ocupant al wishlist-ului meu pe 2011. Și pe 2012! Poate că, până la anul, reușesc să-mi pun la punct pledoaria pentru Moșul... Că doar o fotografie, bună, face cât 1.000 de cuvinte, iar la capitolul calitate a imaginii, 600D stă excelent! Mai rămâne de văzut ce se poate face cu criza. (R.G.)



LA DRUM... CU UN LAMBORGHINI

La sfârșitul lunii noiembrie am plecat în Spania, într-o delegație, cu un Lamborghini... un Asus Lamborghini VX6. Un Eee Pc mic, elegant și ușor de manevrat. Pe aeroportul din București netbook-ul meu a atras toate privirile când l-am deschis și s-a auzit sunetul de fundal, care imita turarea unui motor. Carcasa poartă însemnele producătorului auto Lamborghini, o parte din elementele de design întâlnite pe automobilele sport fiind regăsite pe netbook. L-am testat și în timpul zborului de trei ore, ascultând muzică și vizionând câteva filmele. Calitatea imaginii e foarte bună, pentru că ecranul cu diagonală de 12.1 inci și rezoluția de 1366x768 pixeli beneficiază de iluminare cu LED-uri și de un filtru care accentuează culorile. Ecranul este suficient de lat pentru a deschide două documente unul lângă

celălalt și destul de lung pentru casetele de dialog din Windows. Tastatura este ergonomică, de tip „chiclet”, și este de departe una dintre cele mai bune pe care le-am testat la un netbook. Tastele sunt dispuse la o distanță suficientă unele de altele și, spre deosebire de alte tastaturi chiclet testate, sunt mai silențioase. Lucru extrem de util pentru mine, pentru că am folosit netbook-ul în timpul workshop-urilor la care am participat, iar sălile nu erau foarte mari. Touchpad-ul este mic, dar foarte receptiv și nu am simțit deloc nevoia unui mouse. Autonomia bateriei este de aproximativ trei ore. Netbook-ul a venit instalat cu o versiune de Windows 7. Pe părțile laterale sunt prezente trei porturi USB, dintre care două USB 3.0, un port HDMI și unul ethernet. Producătorul a integrat și un modul de comunicații Wi-Fi – de care am fost extrem de mulțumită, conectarea făcându-se extrem de rapid – dar și un modul Bluetooth, pentru a facilita conexiunea cu telefoanele mobile. E adevărat că prețul este destul de mare, 2.600 de RON, dar eu zic că merită. (L.S.)





PANACEUL **SOCIAL CRM?**

Condițiile economice curente, inovațiile în domeniul tehnologic și răspândirea rețelelor sociale au oferit cumpărătorilor noi instrumente de a descoperi, compara, evalua, alege și experimenta. Sunt factori care, inerent, au afectat vizibil loialitatea clienților față de brand. În fața acestor provocări, prezența activă a companiilor în social media poate fi soluția câștigătoare, dacă are la bază o strategie coerentă susținută prin instrumentele adecvate. Cum ar fi cele reprezentate de aplicațiile de tipul Social CRM.

Proliferarea explozivă a social media este o realitate care nu mai poate fi ignorată nici în România. De exemplu, numai pe Facebook, numărul conaționalilor a crescut de la aproximativ 2,4 milioane, cât se înregistra la sfârșitul lui 2010, la peste 4,16 milioane (decembrie 2011), conform datelor furnizate de serviciul de analiză Facebrands.ro.

În atari condiții, începe să devină din ce în ce mai evident faptul că, pentru orice companie locală interesată real de îmbunătățirea interacțiunii cu clienții săi, zona social media reprezintă un canal de comunicare extrem de important. Dacă este valorificat optim.

Dar tocmai această valorificare ridică dificultăți majore companiilor, care nu reușesc să-și stabilească o strategie coerentă. A fi prezent, constant și activ, pe Facebook, de exemplu, nu garantează succesul demersului de comunicare întreprins de o companie. Mai ales dacă această prezență se rezumă doar la a lansa în so-

cial media mesaje de promovare sau de vânzări (promoții, oferte, discount-uri etc.). Iar astfel de exemple sunt destul de numeroase în cazul companiilor care activează pe plan local.

O astfel de abordare este o reminiscență a strategiei de business axate pe produs/serviciu și nu pe client. Și are la bază o eroare frecvent întâlnită: aceea a confundării fanilor cu clienții. (Este la fel de adevărat că, prin mecanismele de protejare a identității utilizatorilor, este aproape imposibil să faci o diferențiere clară între cele două categorii.) Principala cauză a respectivei confuzii este clară: companiile abordează canalele reprezentate de rețelele sociale ca o oportunitate de a vinde mai mult. Este un obiectiv absolut firesc și corect din perspectivă economică, mai ales în actualul context economic. Dar care, dacă nu este abordat coerent, în cadrul unei strategii mai ample, nu va da rezultatele scontate.

Și, din păcate pentru companiile care au așteptări mari vizavi de social media,

statisticile demonstrează că șansele de a transforma un contact pe Facebook, pentru a păstra exemplul, într-un client sunt undeva sub 1%. Pentru o companie/brand care are zeci de mii de fani în rețelele sociale acest procent nu este deloc de neglijat. Dar beneficiile oferite de social media nu se reduc doar la atât.

Folosirea pe scară largă a social media permite companiilor să înțeleagă și să adreseze mai bine clienții, în demersul de fidelizare a acestora, pe de o parte, iar pe de alta să creeze primul pas din algoritmul de transformare a fanilor în potențiali prospekți și, poate, la final clienți.

Provocările aferente...

Cercetările de piață demonstrează că valorificarea optimă a prezenței unei companii în social media este un demers delicat, care trebuie abordat cu atenție.

Potrivit studiului „IBM Global Chief Marketing Officer” (realizat pe un eșantion de peste 1.700 de directori ai departamentelor de marketing din 64 de țări și 19 sectoare industriale), social media reprezintă din perspectiva departamentului de marketing o provocare majoră. Peste 50% din participanții la studiu consideră că nu sunt suficient de pregătiți să administreze forțe importante ale pieței – de la Social Media, până la o mai bună colaborare și influență a clienților –, indicând faptul că vor trebui să schimbe fundamental metodele și instrumentele tradiționale de marketing al brandului și produselor, precum și metodologiile și metricele de măsurare a efectului.

Studiul mai relevă că, deși construirea și susținerea loialității față de brand este cea mai importantă preocupare pentru directorii de marketing din sectorul midmarket, 72% din respondenți au afirmat că nu se simt suficient de pregătiți încă pentru a construi această loialitate. Iar 62% din directorii de marketing intervievați au declarat că nu sunt suficient de pregătiți pentru a înțelege distribuția și influența canalelor sociale și a dispozitivelor mobile, ai căror utilizatori

au creat o nouă gamă de consumatori cu competențe digitale avansate și capabili să compare și să evalueze rapid produsele și serviciile dorite.

Erodarea loialității față de brand este un semnal de alarmă pentru orice tip de companie, indiferent de competențele acesteia în zona social media, și care se traduce, în timp, în scăderea vânzărilor, respectiv a cifrei de afaceri. Răspunsul tehnologic la o astfel de problemă, cel puțin la nivel teoretic, îl reprezintă soluțiile de management al relațiilor cu clienții (Customer Relationship Management). Un răspuns „upgradat” continuu la noile cerințe ale companiilor și care, în cazul provocărilor reprezentate de social media, este cunoscut sub numele generic de Social CRM.

... și panaceul SCRM

Pentru 2012, cabinetul de analiză Gartner estimează o creștere susținută a pieței soluțiilor de tipul Social CRM (SCRM), care va atinge anul viitor o valoare de un miliard de dolari. Conform aceleiași surse, investițiile în SCRM au crescut în 2010 cu 40%, evoluție care se menține la cote ridicate și în 2011, dar și pe viitor.

Există specialiști care susțin că valoarea pieței SCRM este subestimată, argumentându-și poziția prin faptul că funcția socială a unei soluții CRM nu mai poate fi acoperită, la momentul actual, fără a include și componenta social media. La fel de adevărat este, însă, faptul că numeroși analiști consideră că piața SCRM este mult prea fragmentată și încă departe de stadiul maturității atinse de soluțiile CRM.

Dincolo de aceste opinii și speculații, care se vor confirma sau infirma în timp, este total eronat a crede că SCRM reprezintă un panaceu în problema erodării loialității față de un brand. Sau că este un instrument menit strict departamentelor de marketing.

Din perspectiva vendorilor de soluții de sisteme de management al relațiilor cu clienții (și nu numai), Social CRM nu reprezintă un înlocuitor al „clasice”

soluții CRM, ci o extensie a acestora. Cu precizarea că o soluție SCRM nu vizează direct vânzarea sau întreținerea unei relații comerciale cu clienții, „sarcini” acoperite de funcționalitățile CRM-ului „clasic”, ci are ca scop monitorizarea și colectarea informațiilor semnificative furnizate de social media și, pe baza analizei acestora, lansarea unor inițiative de comunicare/interacțiune adecvate.

Este o diferență semnificativă, puțin vizibilă încă în strategia social media a companiilor locale. Care par să fi „pasat” sarcina interacțiunii în social media exclusiv departamentelor de marketing. Care încearcă să se achite de sarcini prin modelul clasic al campaniilor de comunicare. O metodă inadecvată, însă, în social media, unde clientul sau potențialul client/fan este cel care inițiază comunicarea/interacțiunea și o direcționează în modul în care dorește. Social CRM-ul poate fi o soluție adecvată în astfel de cazuri, tocmai datorită faptului că nu are ca principal obiectiv vânzarea, respectiv transformarea finală a interlocutorului în cumpărător/client, ci susține un demers social – cu mult în „amonte” de realizarea efectivă a vânzării – al cărui scop este de a pregăti această etapă finală, prin crearea unui atașament față de respectivul brand.

Însă, la momentul actual, puține dintre companiile locale prezente în rețelele sociale par a avea o strategie unitară, bazată pe SCRM, pe concepte precum Community Management, care să asigure o comunicare unitară și reacții adecvate, sau pe instrumente de genul Social Analytics Engine, care să permită decelarea vocilor cu influență în social media. Dar poate că, până la a discuta astfel de concepte și instrumente, ar fi mai interesant de aflat câte dintre companiile locale care fac eforturi de a fi prezente active în social media dețin și utilizează eficient o soluție CRM.

Se spune că, în „rețeta succesului” unei implementări CRM, proporțiile sunt: 75% strategie, 25% tehnologie. În cazul SCRM, tehnologia are o cotă și mai mică.

■ RADU GHIȚULESCU

Dialog despre evoluția pieței locale DM

Evoluția pieței locale de Document Management reprezintă, încă, o necunoscută, companiile de analiză prezente în România neacordând atenție acestei nișe tehnologice. Cu toate acestea, oferta existentă la momentul actual este destul de variată, pe piața românească activând atât jucători internaționali, de talie mare, cât și companii locale, care au reușit să-și alcătuiască un portofoliu consistent de clienți. Pentru a schița, totuși, o perspectivă asupra modului cum a evoluat cererea, am invitat la dialog două companii diferite ca ordin de mărime, dar activând pe aceeași zonă de nișă.

Market Watch: Raportat la anii precedenți, cum a evoluat cererea de soluții de Document Management în 2011, pe piața locală?

Dan Stroescu, Sales Manager Strategic Account Operations Xerox România și Republica Moldova: Comparativ cu anii precedenți, în anul 2011, piața soluțiilor de Document Management a avut o creștere susținută, datorată focalizării companiilor asupra beneficiilor reale ale achiziționării unei astfel de soluții, și anume - costuri mai mici pentru stocarea electronică, nevoia de securitate, protecție și back-up pentru documentele importante, răspuns în timp real la căutarea și regăsirea documentelor în format electronic. După anul 2008, companiile au început să fie

foarte interesate și deschise către soluții de Document Management, trecând de la organizarea documentelor după una sau două categorii, la achiziționarea sistemelor complexe de Document Management, utilizând fluxuri de documente, colaborare și integrare cu alte sisteme de business. A fost un proces firesc, care a însemnat optimizarea costurilor și proceselor de lucru, pentru o mai bună gestionare a business-ului.

Alin Niță, General Manager Five Plus Solutions: În perioada 2009-2010 am simțit o stagnare a investițiilor în acest tip de soluții. Marea parte a companiilor s-a concentrat pe zonele de atragere rapidă de venituri, mutând focusul pe reducerea cheltuielilor interne și minimum de investiții alocat pe noi metode de vânzare și promovare a produselor/serviciilor. La instituțiile publice s-a mers mai mult pe ideea de conservare a ceea ce au și pe un fond al reducerii bugetului pentru investiții, combinat cu instabilitatea personalului. Un fapt pozitiv este că această perioadă a dat de gândit că măsurile de reducere a cheltuielilor și o mai bună productivitate pe anumite segmente trebuie corelate cu adoptarea unor instrumente pentru îmbunătățirea activității interne, automatizarea proceselor, o colaborare mai strânsă în cadrul echipelor. În spatele acestor idei stau și soluțiile de DM. Vrem sau nu, volumul de informații este uriaș și crește de la un an la altul, trebuie să „procesăm” mult mai multă cantitate față de anii trecuți, valorificarea cunoștințelor acumulate de companie trebuie făcută cât mai bine. Cine a privit în ansamblu și pe termen mediu-lung a căutat soluții, moduri de abordare din

perspectiva DM. Acest fapt l-am simțit în 2011, când cererile pentru soluția noastră, DocPlus, au fost din ce în ce mai mari, inițiativa companiilor de a apela mai mult la fondurile europene s-a văzut, cu toate problemele pe care le întâmpină; necesitatea companiilor de a se diferenția de competiție prin identificarea de soluții a împins managementul să se orienteze și către DM.

Cum a evoluat cererea de soluții DM în sectorul public?

Alin Niță: Sectorul public ar fi, în primul rând, un mare consumator de soluții DM. Ministerele și administrația publică au, prin excelență, un contact direct cu publicul. O astfel de relație trebuie să fie transparentă, amiabilă și nebirocratică, iar sistemele DM oferă această șansă, dar, evident, costă. Nu se ia, însă, în calcul faptul că aparatul birocratic din astfel de structuri costă mult mai mult prin rezultate slabe. Sunt încă multe instituții publice care nu au adoptat un proiect de standardizare a proceselor de comunicare, de înregistrare, rezolvare și urmărire a cererilor și petițiilor. Este un sector care lucrează cu cantități uriașe de documente, atât în relația cu cetățeanul, cât și intern, prin comunicarea interdepartamentală - fie că așa scrie în procedură și nimeni nu a avut inițiativa să o îmbunătățească, fie că s-a perpetuat un anumit stil de lucru sau este mai comod așa. Dincolo de aspectele legislative, se pot identifica lejer activități în care documentele se duc, nu sunt structurate, se gestionează pe stațiile locale fără a fi „partajate” cu echipa, se consumă timp important căutând

anumite documente, plimbând hârtiile intern, se fac copii peste copii pentru a fi acoperiți de hârtii, fără a lua în seamă posibilitățile de raportare reală, transparentă pe verticală și orizontală spre binele cetățeanului și, de ce nu, a economiei naționale. Concluzionând, cererea de DM este aleatorie, de multe ori la latitudinea managerilor instituțiilor publice cu mai mult simț gospodăresc și care și-au dat seama (sau au fost corect consiliați) că e în folosul lor și a comunității să implementeze astfel de soluții. Sectorul privat este poate mai conștient de necesitatea adoptării acestor soluții de DM, simțindu-se în conturi decizia luată, însă în sectorul public se regăsește un real potențial al soluțiilor de DM. În 2011, ca și în 2012 cum se prognozează, sunt extrem de puține fonduri direcționate în aceste instituții pentru zona de informatizare.

Dan Stroescu: În general, companiile care folosesc în mod intensiv și regulat documente de orice tip (arhive, dosare, facturi, formulare, contracte etc.) și-au îndreptat atenția către astfel de soluții. Dacă la început, clienții din sectorul public foloseau exclusiv soluții proprii de gestiune a documentelor în formă fizică, în prezent există o cerere importantă din partea acestora pentru digitizarea și includerea lor în sisteme de Document Management integrate. Piața din sectorul public are potențial pentru astfel de soluții, existând un real interes în acest sens, nominalizând aici în special instituțiile publice cu arhive de documente fizice mai vechi de trei ani.

Dezvoltarea tehnologiilor Web și diversificarea dispozitivelor mobile au generat un interes în creștere pentru zona de Web Content Management?

Dan Stroescu: Cloud Computing-ul și viteza exponențială cu care crește și este accelerată penetrarea tehnologiilor Web și Mobile generează, fără îndoială, un puternic interes pentru astfel de soluții. Portabilitatea este cuvântul de

ordine, iar companiile își îndreaptă foarte mult atenția asupra acestor tehnologii. La momentul actual, Web Content Management-ul este considerată a fi tehnologia cu cel mai mare potențial de extindere, având în vedere expansiunea Internetului și dorința de mobilitate a companiilor și angajaților acestora.

Alin Niță: Este o tendință pe care nu avem cum să o neglijăm. Dezvoltatorii de soluții de DM se preocupă de integrarea cu astfel de tehnologii. Piața o cere. Nu știm la alții cum este, dar Five Plus a demarat un proiect în acest sens. Investim continuu în soluția DocPlus pentru a se adapta necesităților curente pe care le au companiile, dar și pentru a veni în întâmpinarea acestora.

Care considerați că sunt principalele provocări cu care se confruntă vendorii de soluții DM la momentul actual în piață?

Alin Niță: Dezvoltarea tehnologică atinge și soluțiile DM tradiționale. Nu poți să nu ții seama de acest lucru când vinzi soluții de îmbunătățire a comunicării. Integrarea naturală între platforme hardware și software pune în fața soluțiilor de DM o provocare continuă. Trebuie să oferi soluții din ce în ce mai flexibile, versatile, în care să poți încorpora noile tehnologii fără eforturi prea mari. De aceea ar trebui să ținem seama de elemente precum acoperirea tot mai mare a Internetului, care oferă șansa „desprinderii” de instalări de clienți, pe posturi fixe de lucru, oferind mobilitate și scăderea costurilor cu licențierea, implementarea și mentenanța. Pe de altă parte, creșterea performanțelor echipamentelor oferă oportunitatea transformării informațiilor și documentelor în documente electronice structurate, care apoi pot fi mai ușor gestionate de aplicațiile de DM și, în final, arhivate. Nu în ultimul rând, diversificarea echipamentelor mobile de comunicare și creșterea capacității lor de comunicare

permit o mobilitate crescută managerilor sau celor care trebuie să ia decizii pe teren. Integrarea acestor echipamente în soluțiile de DM îmbunătățește confortul managerial în lucrul cu documentele/informațiile și va permite efectuarea acțiunii decizionale în orice punct geografic.

Dan Stroescu: Dacă ar fi să ierarhizăm, cea mai mare provocare este dată de conștientizarea companiilor asupra nevoii de implementare și susținere a unei astfel de soluții. Contează foarte mult și viziunea managementului asupra beneficiilor reale aduse de o soluție de Document Management și, nu în ultimul rând, alegerea tehnologiilor potrivite pentru fiecare soluție în parte.

Cum considerați că va evolua cererea în 2012 pe piața locală?

Dan Stroescu: Estimarea companiilor care conduc studii independente în acest sens este că, la nivel global, tendința va fi una de creștere în 2012. Având în vedere că România este o piață emergentă, acceptarea și implementarea soluțiilor de Document Management pe termen mediu va deveni un trend în industriile dependente de documente în 2012.

Alin Niță: Așa cum în mediul de afaceri cuvântul de ordine este „prudență” și evaluările pentru anul 2012 trebuie să fie prudente. Într-un mediu economic imprevizibil, nevoile de informatizare ale companiilor se vor exprima cu mai multă reținere. În acest context, va trebui să depunem eforturi și mai susținute pentru educarea pieței, pentru convingerea managerilor că soluțiile de DM pot reduce semnificativ stresul economic printr-o mai bună organizare, comunicare și delegare de competențe. Disponibilizările de personal vor perturba procesele din organizație și, în atare condiții, implementarea aplicațiilor de DM poate fi o soluție pe timp de criză.

■ RADU GHIȚULESCU

Viteza de reacție, transparența afacerii și stimularea creativității angajaților sunt atuurile companiilor românești care utilizează sisteme **Business Intelligence**

Datorită volumului mare de date disponibile și a rapidității cu care acestea circulă în cadrul organizațiilor, sistemele BI (Business Intelligence) au devenit indispensabile companiilor care doresc să-și păstreze un nivel ridicat de competitivitate. Dorința de informare în timp real și necesitatea de a lua deciziile potrivite au transformat sistemele BI clasice, destinate exclusiv managerilor, în sisteme BI operaționale, ușor de folosit de către toți angajații, cu minim de cunoștințe tehnice. Sistemele BI de astăzi oferă modalități simplificate de obținere și analiză a datelor, scurtând semnificativ timpul necesar generării unui raport. Cu cât rapoartele oferite de un sistem BI sunt mai interactive și mai puternice din punct de vedere vizual, cu atât gradul de înțelegere al informațiilor prezentate este mai mare pentru utilizator, acest lucru datorându-se în principal faptului că văzul este cel mai puternic simț al omului, responsabil pentru 70% din percepția mediului înconjurător.

In cadrul oricărei companii este important ca deciziile luate să aibă ca fundament un volum cât mai mare de informații, iar pentru ca procesul decizional să se desfășoare în parametri optimi este necesar ca accesul la acestea să fie rapid. În plus, actualitatea informațiilor pe baza cărora va fi hotărâtă soarta companiei este de o importanță vitală. Cu cât sunt mai recente, cu atât pot conduce către rezultate mai bune. Disponibilitatea în același sistem a tuturor informațiilor, dublată de actualizarea lor în timp real, caracteristici de bază ale unui sistem BI, oferă companiilor o viziune de ansamblu asupra activităților desfășurate și **facilitează întregul proces decizional**.

„Cu trei ani înainte, nu am fi fost în stare să ne dăm seama pe fiecare traseu, canal de activitate, domeniu de produs, unde suntem sau nu eficienți, să analizăm blocajele de stocuri – foarte importante, de altfel –, să vedem încasările la nivel de indicatori generali, ca să putem interveni rapid în piață pentru recuperarea creanțelor, în funcție de domeniile care au fost cele mai expuse. Acum, având informații online, s-au eliminat blocajele care existau înainte”, declară **Eugen Savu, Directorul General al companiei General Parma Food**.

Angajații companiilor pierd în general mult timp cu colectarea și procesarea informațiilor de care au nevoie zi de zi, iar **nevoia de creștere a productivității** acestora se manifestă la nivelul tuturor companiilor. Pentru a fi mai productivi, angajații au nevoie de instrumente de analiză intuitive, care să le permită accesul la informațiile de care

au nevoie și, implicit, să-și poată desfășura activitatea în cele mai bune condiții.

Sistemele BI **reduc semnificativ costurile** prin faptul că nu necesită personal specializat, permit acces tuturor angajaților la informațiile de care au nevoie și oferă metode optime de dimensionare a resurselor necesare bunei desfășurări a activității. Folosirea unui sistem BI anulează exploatarea necorespunzătoare a resurselor care provoacă pierderi financiare consistente. Astfel, nu mai este nevoie de angajarea de personal specializat pentru întreținerea mai multor baze de date sau folosirea mijloacelor de comunicație costisitoare pentru transmiterea de informații între angajații companiei. „Soluția existentă nu satisfăcea pe deplin nevoile în continuă creștere de informare și siguranță a datelor. Senior Software a venit cu rapoarte cu un înalt grad de fidelitate prin SeniorVisualBI [...] Implementarea aplicațiilor SeniorERP, SeniorSFA și SeniorVisualBI a creat premisele reorganizării activității, îndreptând atenția managementului către gestionarea cheltuielilor pe centre de cost, precum și atacarea de noi piețe”, declară **Oliver Botez, Administrator al companiei Gamacris Distribuție SRL**.

În relațiile cu partenerii, managerii se văd puși în situația de a prezenta rapoarte cât mai recente, într-un timp foarte scurt. Pentru că întâlnirile se desfășoară deseori în afara biroului sau chiar în afara companiei, aceștia trebuie să aibă acces la rapoartele cerute și să poată oferi partenerilor răspunsuri la toate întrebările. Posibilitatea de a

accesa rapid aceste informații de pe dispozitive mobile, spre exemplu, permite un timp de reacție foarte scurt la diverse solicitări și reprezintă un suport de negociere util, **relația cu partenerii fiind îmbunătățită.**

Companiile analizează rezultatele avute până în prezent atunci când decid să își extindă afacerea sau chiar să își restrângă domeniul de activitate. Sistemele de tip BI oferă vizibilitate deplină asupra tuturor activităților desfășurate și creează argumentele ce stau la baza acestor schimbări. Efectele deciziilor luate în trecut pot fi măsurate, iar pe baza acestora se pot crea scenarii și analize de tip what-if, pentru a analiza impactul pe care îl poate avea modificarea unui indicator asupra afacerii. Astfel de analize, susținute de informații complete și corecte, permit persoanelor de decizie să aibă o **atitudine proactivă în dezvoltarea afacerii.**

Un astfel de exemplu este oferit de Mihai Muntean, Director de Vânzări în compania PolePosition, care recent a implementat un sistem BI, integrat cu ERP-ul, deoarece *“Este soluția ideală în înțelegerea nevoilor clienților pe canale de vânzare (B2B sau B2C) sau a nevoilor pe zone geografice, mai ales că multe dintre produsele aflate în portofoliul firmei noastre sunt sezoniere.”*

Având toate informațiile necesare prezentate într-un mod intuitiv și ușor de înțeles, Carmen Raicu, Director Economic al companiei Compact RB, a luat decizia de a extinde afacerea: *„Urmăresc Cifra de Afaceri Medie la nivel de trimestru, lună și zi. Comparația trimestrelor mă ajută să observ pattern-uri. În cazul diviziei de confecții am observat, de exemplu, o sezonabilitate a business-ului. Din acest motiv, am simțit nevoia să venim cu o altă activitate, cea de producție de etichete. În momentele în care activitatea pe confecții stagnează, compensăm pe partea de etichete, pentru a ne proteja cash-flow-ul.”*

BI-ul Operațional permite **analiza volumelor mari de date într-o varietate de modalități.** Utilizatorului nu i se oferă doar un set de rapoarte predefinite, ci o bază de date actualizată, pe care o poate

accesa în profunzime și de unde poate extrage exact informația dorită, în forma pe care o dorește, în orice moment. Mai mult decât atât, chiar dacă trebuie să proceseze un volum mare de date, sistemul este rapid și totodată deosebit de flexibil. Posibilitățile de vizualizare pot fi schimbate doar cu un click, în funcție de nevoile fiecărui utilizator.

„Eu dintotdeauna am făcut BI în companie, însă cu mijloace incomparabile, cu o suită de programatori, dar cu limitele vizavi de programare, de viteză, acuratețe, corectitudine etc. Prin urmare, saltul la SeniorVisualBI este masiv. Sunt unele detalii care ne <<taxează>> foarte tare, care țin de esența business-ului și pe care le vom avea cu SeniorVisualBI, cum ar fi obținerea de statistici de vânzări, ca să poți prepara comenzile pentru furnizori”, declară Horațiu Vonica, Director Rocast.

Accesul la informație prin BI nu mai este limitat de componenta hardware. **Rapoartele pot fi accesate din orice locație, prin internet,** indiferent că vorbim de un device de tip desktop sau unul mobil, precum un iPad, iar rapoartele obținute pot fi împărtășite oricui sau pot fi exportate în format static, respectând politicile de securitate.

Aceste soluții sunt accesibile din punct de vedere al costurilor, raportat la beneficiile obținute. În cazul SeniorVisualBI, **licențierea se face la nivel de companie,** ceea ce înseamnă că un număr nelimitat de angajați poate utiliza sistemul performant de raportare.

Astăzi, indiferent de dimensiunea organizației, este imperativ ca ea să funcționeze la capacitate maximă și să exploateze resursele de care dispune în mod eficient. Între acestea, cea mai importantă resursă este informația. Ea există în fiecare companie, însă modul în care este manipulată și folosită face diferența între afacerile de succes și celelalte. Un sistem BI oferă în orice moment perspectiva corectă asupra afacerii și a mediului în care activează. Acest beneficiu, împreună cu tehnologia folosită, care pune accent pe disponibilitatea informațiilor, interactivitate și flexibilitate crescută, sunt elementele care susțin transformarea sistemelor BI în soluții indispensabile pentru orice companie.

■ LORI HAIDUCESCU,
DIRECTOR DE OPERAȚIUNI
SENIOR SOFTWARE
WWW.SENIORERP.RO



10 ANI DE ACTIVITATE PENTRU CALL CENTER-UL VODAFONE DIN BRAȘOV

Vodafone România, primul operator mobil care a înființat un Centru de Relații cu Clienții, în martie 1997, în București, a serbat recent 10 ani de la înființarea celui de al doilea Call Center din Brașov, interval în care echipa de Relații cu Clienții din Brașov a preluat mai mult de 27 de milioane de apeluri. (În prezent, Vodafone România are două Centre de Relații cu Clienții, în Ploiești și Brașov.) „*Call Center-ul nostru din Brașov este unul dintre primele înființate în România. În cei 10 ani de activitate, peste 1.800 de tineri, majoritatea studenți, și-au început cariera aici. Mulți dintre ei au rămas alături de Vodafone, alții au câpătat o experiență care le-a permis să își dezvolte cariera în continuare*”, a declarat **Iñaki Berroeta, CEO Vodafone România**. În 2001, echipa Vodafone din Brașov avea 50 de angajați, iar în prezent numără peste 500 de angajați cu vârsta medie de 24 de ani. Centrul de Relații cu Clienții din Brașov preia 30% din totalul apelurilor la *222, restul de 70% fiind preluat de echipa din Ploiești. În cei cinci ani de activitate, echipa Relații cu Clienții din Ploiești a preluat mai mult de 16 milioane de apeluri. „*În cei cinci ani de activitate, 1.500 de tineri, majoritatea studenți, s-au alăturat echipei noastre din Ploiești. Mulți dintre ei sunt alături și astăzi de noi, în diferite departamente din zona comercială, resurse umane sau marketing. Am investit permanent în perfecționarea acestor tineri, pentru a-i ajuta în dezvoltarea unei cariere în cadrul companiei*”, a mai precizat **Iñaki Berroeta, CEO Vodafone România**. În 2006, când a fost lansat Centrul de Relații cu Clienții, echipa Vodafone din Ploiești avea 120 de angajați, în prezent numărând peste 800 de angajați. În cei cinci ani, în Ploiești au fost preluate peste 16 milioane de apeluri, ceea ce înseamnă că, zilnic, sunt preluate 19.000 de apeluri. Centrele de Relații cu Clienții ale Vodafone România își desfășoară activitatea în fiecare zi de luni până vineri, între orele 8:00-22:00, iar sâmbătă și duminică între orele 8:00-18:00. În timpul nopții sunt preluate apelurile de urgență (de exemplu, pentru furtul sau pierderea unui telefon mobil/SIM, pentru blocare SIM sau deblocare cod PUK).

Cât de important este managementul email-urilor în ecuația unui Call Center

Creșterea ponderii componentei Web în comunicarea dintre companii și clienți reprezintă unul dintre principalele motive pentru care clasicele Call Center sunt obligate să analizeze cu atenție soluțiile de email management. Alegerea, dezvoltarea și implementarea unei astfel de soluții reprezintă o provocare.

In condițiile creșterii ratei de penetrare a Internetului și a diversificării explozive a ofertei de dispozitive mobile, tendința clienților de a utiliza din ce în ce mai frecvent căi de comunicare non-verbale devine evidentă.

Potrivit unui studiu Frost&Sullivan, în comunicarea (inbound) dintre clienți și companii se observă schimbări importante în ultimii ani. De exemplu, anul trecut, comunicarea telefonică a înregistrat o scădere de 5% în preferințele clienților (de la 98% în 2009, la 93% anul trecut), în timp ce comunicarea prin email a crescut cu 3 procente (de la 82% în 2009, la 85% în 2010). Evoluția semnalată se menține și anul acesta pe un trend crescător, când, conform unui studiu Avaya, 40% din clienți preferă metodele non-verbale pentru a interacționa cu o companie. Iar estimările sunt că, în următorii doi ani, volumul clienților care vor prefera email-ul ca metodă de comunicare va depăși 55%.

Sunt semnale clare deci că, pentru a putea funcționa optim și a asigura un nivel superior de satisfacție al clienților, clasicele Call Center trebuie să abordeze cu atenție aspectul gestionării email-urilor.

Soluții și provocări

Managementul email-urilor reprezintă o problemă delicată nu doar în Call Center, ci pentru majoritatea companiilor.

Conform unui studiu AIIM (Association for Information and Image Management – autoritate internațională în domeniul Enterprise Content Management), realizat pe un eșantion de 1.109 respondenți din întreaga lume și dat publicității la sfârșitul lui 2009, un angajat are nevoie, în medie, de 90 de minute pe zi pentru a-și „procesa” toate e-mail-urile primite. Este vorba însă de așa-numita „corespondență de serviciu”, total diferită de solicitările pe care trebuie să le soluționeze un Call Center – nu doar din punct de vedere al volumului/numărului de e-mail-uri primite, ci și din perspectiva complexității acestora, respectiv a efortului care trebuie făcut pentru a fi soluționate.

Aceste aspecte trebuie corelate și cu un alt fapt și anume că volumul de e-mail-uri primite într-un Call-Contact Center nu este concentrat într-un anumit interval orar, ci „sosește” la intervale aleatoare, ceea ce generează întreruperi, de care trebuie ținut cont atunci când se face un calcul scrupulos de eficiență al angajaților. Ori, într-un Call Center, activitatea unui agent este bine normată și monitorizată prin varii metrici și indicatori de performanță. Iar în atari condiții, cele X de minute alocate gestionării email-urilor pot însemna un factor perturbator important.

Dacă se aplică aceste date peste structura de funcționare a unui Call Center de dimensiuni mici-medii, lu-



Call Center full service (servicii Inbound si servicii Outbound)

Standard international cu cerinte de management al calitatii SR EN 15838:2010
centre de contact pentru clienti. Cerinte pentru prestarea serviciului

Limbi straine: Engleza, Spaniola, Germana, Franceza, Italiana

Echipa de Project Management dedicata

Securitate si Tehnologie

Support Online

Servicii 24/7

Referinte

5.000.000
apeluri gestionate anual

www.valoris.ro
STILUL TAU DE BUSINESS

Help Desk Preluare Comenzi Telemarketing Survey Customer Care Suport

crurile se complică rapid. În primul rând pentru că, în formula clasică, comunicarea cu clientul se desfășoară preponderent verbal/telefonic. Prin urmare, în cazul în care nu este utilizat un CRM cu capabilități extinse, nu există o infrastructură software dedicată pentru gestionarea eficientă a email-urilor venite din partea clienților. Și apoi nici personalul aferent nu deține abilitățile necesare pe acest canal de comunicare.

În fața acestei provocări comune, numeroase Call Center încearcă să se adapteze din mers și apelează la soluția facilă, respectiv utilizează clientul de mail uzual. Soluția devine însă rapid inefficientă atunci când volumul pe care trebuie să-l gestioneze un agent depășește valoarea de 50 de email-uri pe zi.

Pregătirea angajaților pentru această nouă activitate, prin intermediul training-urilor, este o soluție eficientă. Dar nu surmontează o serie de probleme tehnice specifice, cum ar fi, de exemplu, cea a rutării email-urilor către perso-

nele abilitatea să dea un răspuns adecvat solicitării sau plângerii clientului. Totodată, training-ul nu reprezintă o garanție absolut sigură că se asigură o interacțiune uniformă cu clienții.

Cele două aspecte menționate țin de un element pe care specialiștii îl consideră ca foarte important în arhitectura unui Call Center modern – o platformă de Knowledge Management, care să ofere nu doar suportul necesar comunicării unitare, ci să permită și o cartografiere exactă a competențelor, pentru rutarea exactă a email-urilor. Totodată, platforma joacă un rol important în structurarea zonei de Self Care – contorizarea celor mai frecvente solicitări venite din partea clienților și identificarea soluțiilor optime sunt esențiale în realizarea secțiunilor de tipul FAQ (Frequently Asked Questions), care pot reduce sensibil nivelul de încărcare al agenților din Call Center.

Mai există numeroase alte probleme care trebuie rezolvate, cum ar fi cele

care țin strict de monitorizarea activității agenților pe zona de e-mail – la câte email-uri răspunde un angajat pe zi, care este viteza medie de răspuns, care este acuratețea răspunsului, la ce email-uri clientul a revenit cu noi solicitări, ce email-uri nu au fost soluționate, de cât timp etc.

Nu în ultimul rând, un element important, care nu trebuie scăpat din vedere, este faptul că interacțiunea cu clientul pe zona de email trebuie să fie vizibilă în istoricul acestuia, astfel încât orice angajat să poată avea abordarea adecvată.

După cum se poate observa din această succintă enumerare a problemelor ce trebuie soluționate, dezvoltarea și integrarea unui sistem de email management în structura funcțională a unui Call Center este o provocare dificilă. Dar nu insurmontabilă, dacă se fac alegerile corecte și se iau deciziile adecvate.

■ RADU GHIȚULESCU



Răzvan V. Florian, director Institutul Român de Știință și Tehnologie

Sistemul de cercetare din România la sfârșitul anului 2011

Într-un sondaj realizat în rândul cercetătorilor din România în anul 2006, aceștia indicau ca principale probleme ale sistemului de cercetare următoarele: modalitățile de finanțare nu recompensau calitatea și performanța, ducând la o lipsă a încrederii în modul în care se acordă fondurile publice pentru cercetare; evaluarea era subiectivă, lipsind criterii obiective și bazate exclusiv pe calitate și performanță; birocrăția era excesivă, inflexibilă și inutilă, ducând la formalități descurajante; structurile sistemului erau prost organizate și prost administrate; sistemul era subfinanțat; lipsea o viziune pentru viitorul cercetării; lipsea competența științifică a factorilor decizionali din sistem. Ulterior acestui sondaj a urmat perioada 2007-2008, în care finanțarea alocată cercetării din fonduri publice a crescut semnificativ, fără ca restul problemelor majore să fie rezolvate, după care în 2009 finanțarea a fost redusă.

Anul 2011 a fost un an care a marcat o serie de schimbări fundamentale în sistemul de cercetare din România. Voi trece aici în revistă aceste reforme, precum și problemele majore ale sistemului, care au rămas încă nerezolvate.

Progrese în alocarea fondurilor prin competițiile de proiecte

Anterior, evaluarea proiectelor de cercetare depuse în cadrul competițiilor din fonduri publice se făcea cu evaluatori din România. Pe de o parte, această situație ducea la grave conflicte de interese, deoarece comunitatea științifică relativ mică ducea la o probabilitate mare de relații personale între evaluatori și evaluatori. Pe de altă parte, tot din cauza comunității științifice relativ mici, existau multe cazuri în care era dificilă găsirea unor specialiști în domeniul proiectului evaluat, care să poată face o evaluare în cunoștință de cauză. Această situație a dus la o eficiență mică a cheltuirii fondurilor publice pentru cercetare. Evaluarea proiectelor de către echipe compuse din experți de nivel internațional, în majoritate străini, a fost solicitată de o petiție semnată de aproape 4.000 de cercetători, începând cu 2006. Această măsură a fost implementată abia în acest an, prin HG 133/2011, care im-

pune o pondere de cel puțin 50% a experților din străinătate, pentru evaluarea fiecărui program și proiect, cu excepția proiectelor finanțate cu mai puțin de 20.000 de euro, a celor din domenii cu specific românesc (limba și literatura română sau drept românesc), și a celor care sunt cofinanțate în proporție de cel puțin 50% din fonduri private. Această măsură a fost aplicată pentru prima dată în cadrul competiției din 2011 pentru programele Idei și Resurse umane, la care au fost utilizați numai experți evaluatori din străinătate, ceea ce a eliminat conflictele de interese din cadrul evaluărilor.

Dacă dintre directorii proiectelor finanțate prin competițiile anterioare procentaje importante, de peste 50%, nu aveau rezultate în cercetare cel puțin la nivelul celor așteptate de la un proaspăt absolvent de doctorat dintr-o țară occidentală, la noile competiții s-au introdus, prin pachetele de informații elaborate de noul Consiliu Național al Cercetării Științifice (CNCS) și aprobate de Autoritatea Națională pentru Cercetare Științifică (ANCS), standarde minimale de eligibilitate pentru directorii de proiect, care asigură faptul că fondurile publice nu vor mai putea fi cheltuite prin proiecte de așa-zisă cercetare care sunt conduse de persoane care nu au făcut, de fapt, cercetare.

Finanțarea de bază va urmări performanța instituțională

Aproximativ 20% din bugetul ANCS a fost alocat în anii anteriori pentru Programul Nucleu, de care au beneficiat institutele naționale de cercetare-dezvoltare (INCD). Acest program avea, de facto, rolul unei finanțări de bază, deși acorda finanțare prin proiecte. Deși, teoretic, fondurile din cadrul acestui program erau acordate prin competiție, evaluarea era organizată de către Colegiul consultativ, care era compus în majoritate din directori ai INCD-urilor finanțate, aflați deci într-un conflict de interese. Rezultatul era o corelare destul de slabă între finanțarea alocată și performanța institutelor finanțate. În urma OG 6/2011, Programul Nucleu a fost înlocuit cu două alte linii de finanțare, finanțarea de bază și finanțarea instituțională complementară de susținere a performanței. Finanțarea de bază se va acorda numai instituțiilor de cercetare certificate în urma unei evaluări instituționale realizată de către echipe de experți evaluatori, din care cel puțin 50% vor fi din străinătate (vedeți HG 1062/2011). De finanțarea de bază pot beneficia INCD-urile, institutele academice și alte instituții publice sau de drept public, centrele internaționale, structurile din cadrul instituțiilor publice (inclusiv din cadrul universităților), cu excepția celor finanțate parțial sau integral de la bugetul de stat (în sensul unei finanțări de bază acordate direct). De finanțarea instituțională complementară pot beneficia toate instituțiile și unitățile de drept public și de drept privat fără scop patrimonial, evaluate și clasificate la nivelurile A+, A sau A- în urma evaluării instituționale. În recenta clasificare a universităților și ierarhizare a programelor de studii universitare, realizată în baza noii legi a educației, cercetarea a avut un rol extrem de important, ceea ce va motiva universitățile să acorde o atenție sporită cercetării și

calității acesteia. Aceste mecanisme de evaluare și finanțare instituțională asigură direcționarea fondurilor publice către cele mai performante instituții de cercetare.

Standarde minimale pentru promovări

Printr-o serie de ordine ale ministrului educației, cercetării, tineretului și sportului (OMECTS 4478, 4691, 4692/2011) au fost adoptate noi standarde minimale, bazate pe rezultatele anterioare în cercetare, pentru cei care doresc să candideze la posturi de profesor sau conferențiar universitar, de cercetător științific gradele I și II, sau pentru a obține abilitarea și deci dreptul de a conduce doctorate. Astfel se asigură faptul că orice persoană care obține un astfel de post are o activitate anterioară în cercetare cu o relevanță ce depășește un prag minimal, măsurat prin criterii care corespund bunelor practici internaționale.

Simplificarea birocrăției

Birocrația aferentă derulării proiectelor de cercetare finanțate din fonduri publice a fost diminuată prin simplificarea devizului cadru al proiectelor, în care cercetătorii trebuie să raporteze sumele pe diverse categorii de cheltuieli, prin HG 134/2011. Pachetele de informații ale noilor competiții organizate de CNCS au eliminat și ele o parte din sarcina birocratică anterioară, fiind eliminată, de exemplu, procedura de avizare internă care era, de obicei, o simplă formalitate care ocupa inutil timpul cercetătorilor. Există, însă, posibilități suplimentare de îmbunătățire a pachetelor de informații, în special a celui aferent programului Parteneriate, în sensul simplificării anexelor și clarificării tuturor aspectelor esențiale ale programului.

Restructurări instituționale

Cele trei agenții de finanțare a cercetării care existau anterior (UE-

FISCSU, CNMP, AMCSIT) au fuzionat în cadrul UEFISCDI, ca urmare a măsurilor de raționalizare instituțională luate la nivelul Guvernului și pentru asigurarea unei administrări unitare a programelor de finanțare (OG 74/2010). Administrarea programului Capacități a trecut de la ANCS la UEFISCDI, pentru ca ANCS să se poată elibera de sarcini pur contabile pentru a se focaliza asupra rolului său principal, de elaborare, aplicare, monitorizare și evaluare a politicilor în domeniul cercetării-dezvoltării. Din păcate, calitatea activității personalului UEFISCDI, ca de altfel și cea a activității funcționarilor din cadrul ANCS, nu se ridică, încă, la nivelul necesar unui sistem de administrare a cercetării care a trecut de la stadiul în care sprijinea un mediu care, în mare măsură, mima cercetarea la un stadiu în care trebuie să respecte bunele practici internaționale referitoare la alocarea fondurilor publice destinate cercetării și să contribuie activ la creșterea performanței cercetării din România.

Responsabilitățile consiliilor științifice pentru coordonarea programelor de finanțare a cercetării, care se bazau anterior mai mult pe cutume decât pe reglementări clare, sunt acum clar reglementate (HG 133/2011, OMECTS 3794, 3795, 4087, 4088, 5514, 5527/2011). Colegiul Consultativ pentru Cercetare, Dezvoltare și Inovare, care coordona anterior programul Parteneriate, se ocupă acum, în principal, de evaluarea instituțională și asigurarea de consultanță pentru ANCS. Deoarece cercetarea fundamentală nu este doar un apanaj al învățământului superior, fostul Consiliu Național al Cercetării Științifice din Învățământul Superior (CNCSIS) s-a reorganizat, prin noua Lege a educației naționale, sub denumirea de Consiliul Național al Cercetării Științifice, care coordonează programele Resurse Umane, Idei și Capacități. Programele Parteneriate și Inovare sunt acum coordonate de nou-înființatul Consiliu Național pentru Dezvoltare și Inovare (CNDI), care a

înlocuit fostul Consiliu al Inovării. Coordonarea comună a celor două programe ar putea asigura o mai bună orientare spre aplicații a programului Parteneriate, care, deși era destinat cercetării aplicative și dezvoltării, a avut puține rezultate cu potențial aplicativ real. Tot din același motiv, CNDI include acum mai multe persoane, care provin din firme de înaltă tehnologie și din mediul economic – Softwin, Honeywell, Renault, Infineon, MB Telecom, FrieslandCampina, Asociația de Investiții Private și Capital de Risc din Sud-Estul Europei. Dacă anterior Colegiul Consultativ era dominat de directori ai INCĐ-urilor, iar CNCȘIS era compus din reprezentanți ai universităților, consiliile care le-au înlocuit includ persoane selectate exclusiv pentru competența lor în domeniile pe care le acoperă consiliile, din toate tipurile de instituții de cercetare. Pentru asigurarea coerenței între activitățile consiliilor, care erau anterior separate, președinții și vicepreședinții CNCȘ și CNDI sunt acum membri ai Colegiului Consultativ. Dacă anterior cercetătorii se plâneau de lipsa competenței științifice a factorilor decizionali din sistem, acum atât ministrul educației și cercetării și președintele ANCS, cât și membrii consiliilor consultative de nivel național din cercetare sunt persoane cu o competență profesională probată pe plan internațional. De exemplu, Alexandru Babeș, președintele CNCȘ, este printre puținii cercetători din România care a publicat în revista *Nature*, care alături de *Science* sunt cele mai prestigioase reviste științifice. Florin Talpeș, președintele CNDI, este liderul firmei Softwin, realizatorul antivirusului Bitdefender, unul dintre puținele produse românești de înaltă tehnologie care a reușit să se impună pe piețele internaționale.

Alte reglementări recente relevante pentru cercetare sunt cele referitoare la doctorat, din Legea educației naționale și Codul studiilor universitare de doctorat (HG 681/2011). Acestea prevăd alocarea prin com-

petiție de nivel național a finanțării pentru doctorat (începând cu 2012) și refocalizează doctoratul pe activitatea de cercetare. De asemenea, a fost reactivat Consiliul Național de Etică a Cercetării, care sub componenta anterioară nu a reușit să penalizeze niciunul din plagiatele academice, și i s-au acordat pârghii legislative sporite pentru pedepsirea încălcării eticii cercetării, inclusiv a plagiatului (Legea educației naționale, OG 28/2011, OMECTS 5735/2011).

Probleme rămase

Blocarea posturilor din instituțiile publice a avut un efect negativ asupra sistemului de cercetare, care necesită o triplare a numărului de cercetători pentru a atinge media europeană a acestuia, raportată la populație. De asemenea, rămân încă în vigoare prevederi anacronice și contraproductive referitoare la condiționarea de vechime a accesului la posturi de cercetare, din Legea nr. 319/2003 – Statutul personalului de cercetare-dezvoltare. Tot prevederile din această lege îngreunează angajarea pe perioadă determinată a cercetătorilor finanțați din proiecte de cercetare. Modalitățile de echivalare în țară a diplomelor obținute la universitățile prestigioase din străinătate nu au fost încă simplificate suficient. Angajarea cercetătorilor străini în țară este îngreunată de măsuri birocratice inutile – Directiva 2005/71/CE care dorea simplificarea accesului în UE a cercetătorilor din state terțe a fost implementată eronat în legislația românească în 2007 (OU 194/2002), astfel încât în prezent procesul de acordare a vizei unui cercetător este mai dificil decât cel prin care se acordă viza unui simplu muncitor, în condițiile în care România are un mare deficit de cercetători și toate țările avansate utilizează importul de creiere pentru a-și asigura superioritatea tehnico-științifică și economică. De asemenea, Legea bugetului pentru anul 2012 a amânat din nou acordarea a 1% din PIB pentru cercetare, țintă

mereu asumată de mai multe guverne și de mediul politic, ultima dată prin Legea educației naționale din 2011, dar care este amânată an de an. Deși fondurile acordate cercetării de la bugetul de stat în 2012 vor crește cu 12% față de cele din anul anterior, creșterea este insuficientă având în vedere ținta de 1% din PIB stabilită acum pentru 2013. Rămâne de văzut dacă CNDI va reuși să relanseze legătura dintre cercetare și mediul economic, prin organizarea unor competiții conforme cu bunele practici internaționale și realitățile românești, pentru programul Inovare.

Concluzie

Reformele care au avut loc în 2011 vor asigura optimizarea eficienței alocării fondurilor publice pentru cercetare, faptul că ele urmează performanța științifică, măsurată conform bunelor practici internaționale. Șansa sistemului de cercetare este ca, în urma deblocării posturilor din universități și institute și a unei disponibilități sporite a fondurilor pentru cercetătorii performanți, să revină în țară un număr semnificativ de cercetători bine pregătiți din diaspora, care să ridice media nivelului științific din România și să asigure astfel competitivitatea țării în anii care vor urma, în care economia va depinde din ce în ce mai mult de cunoaștere. ■

Autorul este director al Institutului Român de Știință și Tehnologie, un institut privat, non-profit, și membru fondator al asociației Ad Astra a cercetătorilor români.

DI. Florian a fost, în perioada decembrie 2009 – mai 2011, consilier personal al ministrului educației, cercetării, tineretului și sportului.

Anritsu Solutions, company profile

Firma Anritsu Solutions SRL este filiala românească a firmei Anritsu Corporation Japonia. Înființată în 1895, Anritsu Corporation, cu sediul central în Atsugi, Japonia, este o companie publică listată la bursa din Tokio, care realizează o cifră de afaceri de peste un 1 miliard USD anual, și are peste 3.600 de angajați (din care peste 500 în Europa). Anritsu Corporation este lider pe piața echipamentelor de măsură și control în industria de telecomunicații, principalele segmente industriale pe care activează fiind:

- automatizări industriale în siguranța alimentară și inspecția cu raze X
- sisteme de măsură și control pentru echipamente de telecomunicații
- monitorizarea calității serviciilor rețelelor de telecomunicații (fixe și mobile).

La nivel global, ponderea activităților de cercetare și dezvoltare (R&D), în cadrul Anritsu Corporation, este de peste 14% din cifra de afaceri.

Anritsu Solutions SRL activează în domeniul măsurării și asigurării calității serviciilor (eng. „service assurance”) pentru operatorii de telecomunicații și face parte din Anritsu Service Assurance (Anritsu SA), entitate cu caracter global. Măsurarea și asigurarea calității este efectuată de o manieră pasivă, neintruzivă, fără afectarea performanțelor rețelei țintă. Obiectul de activitate al Anritsu SA este dezvoltarea produsului Master Claw și oferirea de servicii de implementare și consultanță pentru operatorii de telecomunicații fixe și mobile. Printre performanțele remarcabile ale Anritsu SA amintim:

- 1995** - prima monitorizare pasivă a unei rețele GSM la operatorul Odins Eye Noua Zeelandă
- 1998** – prima implementare a unei soluții de monitorizare pasivă într-un operator de mari dimensiuni (Vodafone D2, Germania)
- 2002** - prima implementare a unei soluții de monitorizare pasivă a unei rețele de date GPRS (Etisalat, Emiratele Arabe Unite)
- 2003** – prima implementare a unei soluții de monitorizare pasivă a unei rețele UMTS (3 Mobile, Australia)
- 2010** – primele două implementări de monitorizare pasivă a unei rețele LTE (Telia, Suedia, și Telenor, Norvegia)

Anritsu SA, prin produsul MasterClaw, se poziționează în topul primilor trei furnizori de soluții de monitorizare pasivă a calității serviciilor de telecomunicații la nivel global, având parteneriate, printre altele, cu HP, Oracle și SAP.

Anritsu Service Assurance Division este certificată ISO 9001 și în curs de certificare ISO 14001.



DORU BALAS,
MANAGING DIRECTOR,
ANRITSU SOLUTIONS ROMÂNIA

Anritsu Solutions România furnizează atât servicii de testare integrată pentru produsul MasterClaw, cât și:

1. Servicii de testare integrate către terți
2. Servicii de implementare, customizare și mentenanță pentru soluțiile MasterClaw implementate de operatorii de telecomunicații din EMEA
3. Activități de cercetare și dezvoltare software, atât pentru produsul MasterClaw, cât și pentru terți
4. Activități de consultanță și suport pentru clienții Master Claw, cât și pentru terți
5. Sisteme software la cheie și activități de IT system integration, pentru clienți din ariile Banking, Government și Telecom.

Peste 60 de operatori de telecomunicații, dintre care amintim:

- Grupul Vodafone
- Grupul Deutsche Telekom/T-Mobile/T-System
- Grupul Telefonica
- Telenor
- Grupul Telia Sonera
- VimpelCom
- Grupul Batelco
- Wataniya
- XLCom
- Grupul Telcel
- Grupul TurkCell

folosesc soluții Anritsu pentru monitorizarea calității serviciilor oferite.

Anritsu SA are 3 centre de cercetare și dezvoltare (centre R&D):

1. Anritsu Danemarca
2. Anritsu Solutions Italia
3. Anritsu Solutions România.

Anritsu Solutions SRL
București, Sector 1, Str P-ta Montreal, nr 10
Telefon: 037/3550035, Fax: 037/3550035
<http://www.anritsu.com/en-GB/Products-Solutions/Service-Assurance/index.aspx>

Spitalele din regiunea italiană Bolzano – servicii îmbunătățite și costuri operaționale mai mici cu echipamente de rețelistică HP Networking

„HP Networking ne-a permis să optimizăm calitatea îngrijirii pe care o oferim pacienților noștri și să garantăm continuitatea serviciilor oferite. Pe lângă economiile de 20% previzionate a fi realizate din reducerea convorbirilor telefonice, vom putea economisi și din banii pe care-i cheltuiam cu primele de asigurare, deoarece noul nostru sistem de prescriere de rețete elimină eroarea umană”.

Giuseppe Montini, ICT Manager
Comprensorio Sanitario di Bolzano, Italia

Obiectiv

Comprensorio Sanitario di Bolzano avea nevoie de o infrastructură de rețea robustă, sigură și cu grad mare de disponibilitate. În plus, era nevoie de servicii de comunicații wireless și mobile pentru a îmbunătăți calitatea îngrijirii oferite pacienților, dar și pentru a crește eficiența personalului medical.

Abordare

- Switch-uri HP Networking și servicii wireless au fost instalate în câteva dintre departamentele spitalului principal, existând planuri de extindere și către celelalte clădiri ale complexului.
- Quality of Service (QoS) și Power over Ethernet (PoE) au permis instalarea de telefonie via Voice over Internet Protocol (VoIP) și Voice over Wireless Local Area Network (VoWLAN).

- Tehnologia HP Networking cu standarde deschise permite integrarea simplă a echipamentelor de telefonie IP de la Siemens.

Îmbunătățiri în infrastructura IT

- O structură de rețea robustă, sigură și cu disponibilitate mare permite păstrarea permanenței serviciilor de bază.
- Anterior, personalul medical putea fi contactat prin intermediul pagerelor. Acum, VoWLAN le permite să primească apeluri telefonice oriunde s-ar afla, prin intermediul telefoanelor mobile.

Beneficii de business

- Prin comparație cu tehnologia de apelare vocală, VoIP oferă claritate mai bună a apelului și costuri mai reduse cu 20 la sută.
- Acces instant la dosarele pacienților, radiografii, istorice medicale, rezultate ale testelor și alte informații vitale
- Un nou sistem de identificare a pacientului și tratament prin intermediul rețelei reduce riscul de administrare greșită a tratamentelor și permite autorităților din sistemul de sănătate să negocieze primele de asigurare.

Bolzano este o provincie în nordul Italiei, aproape de granița cu Elveția și Austria. În regiune există șapte spitale, care deservesc 450.000 de locuitori – cel principal deservește singur 200.000 de locuitori, în vreme ce restul de șase sunt situate în regiuni cu mai puțini locuitori. Mai mult, spitalul principal oferă peste 35 de servicii specializate și este un punct de referință pentru întreaga regiune. Datorită serviciilor 24 x 7 pentru pacienți, este nevoie de o rețea cu grad mare de disponibilitate și nivel de securitate pentru a asigura desfășurarea



șurarea operațiunilor critice. De asemenea, infrastructura de rețea a fost percepută și ca un factor determinant în creșterea calității acestor servicii.

„Aveam probleme cu timpii de nefuncționare, mai ales din cauza echipamentelor învechite. Mai mult, nu aveam garanția că echipamentele pe care le aveam puteau fi modernizate sau înlocuite. Am desfășurat câteva studii de piață și am identificat soluțiile de rețelistică HP Networking ca fiind cele mai potrivite pentru nevoile noastre, mai ales datorită tehnologiei avansate și a eficienței. Am fost impresionați, de asemenea, de ușurința cu care se administrează și prețurile extrem de competitive, mai ales în condițiile în care produsele HP Networking au garanție pe viață”, a spus **Giuseppe Montini**.

Rețeaua HP Networking implementată la spitalul din Bolzano susține acum activitatea a 5.000 de cadre medicale și include servicii atât prin fir, cât și fără fir. Este o rețea bazată pe arhitectura Adaptive Net-

work și constă din mai multe switch-uri HP Networking amplasate la spitalul principal din regiune. Acestea încorporează tehnologia HP Networking ProVision ASIC, care oferă PoE și QoS. Această tehnologie asigură interoperabilitatea cu echipamente ale altor vendori, permițând implementarea de tehnologii de convergență precum VoIP și VoWLAN. De asemenea, alte switch-uri de diferite tipuri au fost amplasate în celelalte spitale din regiunea Bolzano, toate centrele medicale fiind conectate între ele prin fibră optică de 1Gb. Rețeaua wireless se bazează pe două module HP Networking Wireless Edge Services, oferind configurare și administrare centralizate pentru rețea mobilă multi-service prin intermediul a peste 150 de porturi radio HP Networking 210.

Îngrijire mai bună pentru pacienți

Datorită conectării tuturor spitalelor la o rețea de viteză mare, toate cadrele

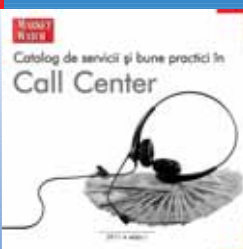
medicale pot avea acces de oriunde la sistemul central de administrare a bazei de date cu pacienți. De asemenea, datorită conectivității de 1Gb, fișiere foarte mari, cum sunt radiografiile sau RMN-urile, rezultatele analizelor și alte date pot fi accesate instant de oriunde: de lângă patul pacientului, din cabinetele medicilor sau din sălile de operație.

„Suntem o instituție publică și nu avem profit, așadar în momentul evaluării acestei investiții am ținut seama de calitatea serviciilor și nivelul de disponibilitate – aceasta este valoarea adăugată pe care a adus-o HP Networking spitalelor noastre și miilor de pacienți pe care îi deservim”, a conchis **Montini**.

Mai multe detalii puteți găsi pe www.hp.ro.



Urmăriți suplimentele Market Watch



Tel.: 021.321.61.23
E-mail: redactie@finwatch.ro
www.marketwatch.ro



Predicții despre CLOUD COMPUTING



Cloud Computing este, în mod cert, una dintre „vedetele tehnologice” ale pieței IT în anul 2011. „Popularitatea” de care se bucură această tehnologie la nivel mondial a început să se facă simțită și pe plan local, unde din ce în ce mai multe companii analizează oportunitatea adoptării. Norul este, însă, în evoluție continuă, iar transformările pe care specialiștii estimează că le va suferi acest concept în următorii 4-5 ani sunt semnificative.

Cloud Computing nu mai reprezintă de câțiva ani buni un simplu „buzz word”, pe care industria îl abordează exclusiv la un nivel teoretic. Abordările practice ale „conceptului” au început să devină din ce în ce mai numeroase în ultimul an, iar volumul utilizatorilor finali ai serviciilor și soluțiilor dezvoltate pe tehnologiile de Cloud Computing crește extrem de rapid.

Și asta nu doar „afară”, cum susțin criticii, ci și în România. Puțini dintre scepticii locali ai „Norului” știu că, de exemplu, cele peste 2,5 milioane de

români care au accesat în iulie 2011 portalul <http://portal.edu.ro> au probat, în fapt, fiabilitatea proiectului dezvoltat de SIVECO România pe platforma de Cloud Computing a Microsoft, Windows Azure. Și la fel de puțini dintre cei care au prospectat piața pentru a identifica o destinație de vacanță utilizând aplicația HotelPeeps (respectiv HotelPeeps Trends), dezvoltată de compania românească Zitec, știu că aceasta folosește tot platforma Windows Azure. Sunt numai câteva exemple, dintr-o serie mult mai vastă de „materializări” locale ale tehnologiei Cloud Computing, prezentate în suplimentul realizat de Microsoft România și Market Watch, care poate fi descărcat de pe site-ul revistei.

Interesul pentru Cloud Computing al giganților industriei IT, precum IBM, Oracle, Microsoft, SAP sau HP, dar și al jucătorilor locali este incontestabil. O estimare optimistă vehiculată în presă făcea referire la o creștere anuală a valorii pieței locale de Cloud cu 40%, până în 2015.

Dinamica ridicată a diversificării ofertei și a gradului de aplicabilitate al tehnologiilor Cloud Computing demon-

strează în mod clar că piața a depășit stadiul de expectativă și că, încurajată de volumul în creștere al referințelor, începe să analizeze din ce în ce mai serios oportunitățile pe care „Norul” le poate oferi. Fapt confirmat de ritmul de adoptare extrem de rapid.

De aceea, unii analiști de piață nu se sfiesc să vorbească de „fenomenul” Cloud Computing și să compare efectul dezvoltării acestui „concept” cu cel în care Internetul a revoluționat modul de comunicare în întreaga lume. Și chiar dacă, unora, comparația le poate părea forțată, „Norul” se numără printre principalii pretendenți la titlul de „vedetă tehnologică” a anului 2011. Motiv pentru care predicțiile cabinetelor de analiză și ale specialiștilor asupra modului cum va evolua Cloud Computing-ul în următorii ani reprezintă un interes pentru o audiență neașteptat de mare.

**Dacă fluiditate nu va fi,
atunci nici IT nu va mai fi**

Cabinetul de analiză Gartner își începe analiza celor 10 predicții pentru anul ce urmează cu un avertisment: principala caracteristică a IT-ului în 2012 va fi „fluiditatea”. Și dacă „fluiditatea” nu va fi, nici

departamente IT nu vor mai fi. Adică, dacă CIO nu se vor adapta noilor condiții și cerințe, vor fi înlocuiți de manageri ai altor departamente sau din top management, care vor valorifica avantajele oferite de Cloud Computing transferând în Nor o bună parte din cerințele de business pe care companiile le au de la IT.

Un verdict dur, care, poate, își va demonstra valoarea de adevăr în anii ce vor veni. De altfel, predicțiile Gartner fac referire la un orizont de timp de 4-5 ani, respectiv 2015, 2016.

Sentința poate fi, însă, o ipoteză de lucru pertinentă, dacă privim lucrurile din perspectiva extrapolării ideii „IT as a Service”. Cu materializările deja cunoscute: Software as a Service (SaaS), Infrastructure as a Service (IaaS) și Platform as a Service (PaaS). Iar dacă adăugăm acestei perspective și câteva dintre mantrele Norului (precum „IT-ul va/a deveni/t commodity”, „consumerizarea” IT-ului este inherentă” și omniprezentul „Pay as you go”), ipoteza enunțată capătă consistență.

Dincolo de aceste argumente, este evident că serviciile și soluțiile de Cloud Computing vor schimba semnificativ „fișa de post” a departamentului IT. Transformare care va fi accelerată și de explozia dispozitivelor mobile, care și-au făcut intrarea în forță în mediul enterprise. Combinația mobilitate - Cloud Computing scoate, în bună măsură, utilizatorul final de sub tutela IT-ului, dându-i primului o mult mai mare putere de decizie.

Fenomen care se va repercuta, inevitabil, și asupra bugetelor departamentelor IT. Nu atât sub aspectul diminuării acestora, cât sub cel al pierderii controlului total. Gartner estimează că, până în 2015, odată cu dezvoltarea ofertei și pieței de Cloud Computing, corelată cu „venirea la putere” a noii generații de manageri cu un know-how tehnologic solid, 35% din valoarea bugetului IT va fi gestionată de alte persoane decât CIO-ul respectivei companii.

Este un avertisment dur la adresa departamentelor IT, care le obligă la o reevaluare a poziției și rolului deținute în cadrul organizațiilor și la stabilirea unei

strategii proactive pentru ce se pregătează a fi noile realități.

Predicții punctuale

Dincolo de sentința radicală prezentată, Gartner are și o serie de estimări punctuale vizavi de modul în care va conceptul Cloud Computing:

- Până în 2015, serviciile Cloud Computing low-cost vor înghiți 15% din veniturile principalilor jucători de pe piața outsourcing-ului IT
- Până în 2016, securitatea va rămâne principala teamă a companiilor care vor decide să adopte servicii și soluții bazate pe tehnologii Cloud Computing. Motiv pentru care 40% din potențialii clienți ai furnizorilor de servicii în Nor vor apela la auditori independenți
- Oferta Public Cloud va atinge maximumul valorii sale în decursul următorilor cinci ani (până în 2016). Când Gartner estimează că peste 50% din primele 1.000 de companii la nivel mondial își vor stoca datele critice în Nori publici, în timp ce 20% vor opta pentru o arhitectură hibridă (Private-Public Cloud)
- Dezvoltarea continuă a ofertei și pieței de Cloud Computing se va reflecta și în „reorientarea” infractorilor cibernetici. Conform Gartner, impactul financiar al criminalității informatice va crește cu 10% pe an, până în 2016, ca urmare a descoperirii de noi breșe de securitate
- Până în 2015, prețurile pentru 80% din serviciile Cloud vor include o taxă suplimentară de energie, la nivel mondial.

Alte opinii

După cum se poate observa, în pofida eforturilor furnizorilor de soluții și servicii în Nor, problema securității rămâne un subiect delicat și în următorii 5 ani. Aceasta în pofida faptului că furnizorii

de servicii și soluții Cloud Computing au acordat o atenție deosebită creării unor standarde universal acceptate de securitate, care să dea credibilitate ofertei promovate pe piață. Tot la capitolul standarde, există opinii potrivit cărora în 2012 vor fi generate o serie de noi norme, care vor aborda însă alte probleme delicate, precum SLA-urile (Service Level Agreements), modalitățile de facturare/plată, partajarea resurselor etc.

Conform specialiștilor, temerile legate de securitate vor face ca multe companii să analizeze cu atenție oportunitatea mutării din Public Cloud către un Private Cloud, cu eforturile investiționale aferente. Această tendință va fi alimentată și de problemele pe care le vor genera limitările lătimii de bandă în cazul anumitor furnizori de servicii de Public Cloud. Un alt element în favoarea Private Cloud este, cel puțin la momentul actual, durata necesară încărcării datelor în Norul Public și a recuperării acestora. Există voci care susțin, însă, că migrarea către Norul Privat nu va însemna renunțarea totală la Public Cloud și că, de fapt, vom asista la o proliferare a modelelor de business bazate pe arhitecturi de tipul Hybrid Cloud.

În fine, o tendință previzibilă pentru fenomenul de maturizare al conceptului este cea a consolidării pieței de Cloud Computing prin achiziții sau preluări de companii, dar și de inovații tehnologice. Fenomen care a început să devină vizibil încă din 2011, când giganții IT au făcut achiziții importante.

Pe când și la noi?

Cum lucrurile în Cloud se petrec cvasi-instantaneu, iar în România proiectele în Nor încep să capete amploare din ce în ce mai mare, se poate lansa ipoteza că latența cu care se vor manifesta aceste schimbări pe plan local va fi relativ scăzută (comparativ cu alte tehnologii și soluții vedetă ale IT-ului, precum BI, CRM etc.).

■ RADU GHIȚULESCU

DICTIONAR

De mulți ani de zile, de când a fost inaugurată rubrica „Lumea geospațială” în revista Market Watch, am utilizat termeni în articolele noastre pe care doar specialiștii îi cunoșteau. Mulți termeni au fost explicați, dar, pentru noii intrați în universul geospațial și pentru non-specialiști, prezentăm câțiva dintre cei mai uzuali termeni geospațiali și o serie de exemple relevante din domeniu.

B

Bază de date geospațiale

Un set sau mai multe de date geospațiale structurate, administrate și stocate ca un întreg și, în general, asociate cu o aplicație software care le actualizează și identifică. O bază de date geospațiale include date despre locațiile spațiale și formele caracteristicilor geografice înregistrate sub formă de puncte, arii, pixeli, celule tip rețea sau de tip TIN precum și atributele acestora.

Banca de Date Urbane (BDU) este componenta geospațială a unui sistem informatic integrat la nivelul întregii instituții, implementat de Primăria Municipiului București în 2003-2004, numit SIIMAPMB. La finalul implementării, BDU a depășit cu mult, prin arie de acoperire și complexitate, cerințele inițiale. Începând cu înregistrarea proprietăților, trecând prin planificarea urbană, emiterea de autorizații, coordonarea lucrărilor la rețelele edilitare, pregătirea pentru situații de urgență, supervizarea utilităților publice, transporturi și terminând cu inspecții de teren sau protecția mediului, toate informațiile legate de desfășurarea acestor activități au fost integrate prin intermediul BDU. Soluția geospațială adminis-

trează informația geospațială din 53 de departamente în care funcționează mai mult de 200 de procese cu 389 de straturi de informație și mai mult de 4.000 de caracteristici distincte. Datele și funcțiile sistemului au fost integrate cu cele ale unor sisteme de tip ERP, CRM, DM și altele.

C

Captura datelor

Orice operație care are ca rezultat conversia datelor de tip GIS într-o formă care poate fi citită de un computer. Datele geografice pot fi capturate prin descărcare directă într-o formă GIS, cum este cazul operațiunilor de detectare la distanță sau a datelor GPS sau pot fi scanate, digitizate ori introduse manual din hărți pe hârtie sau fotografii.

D

Date geospațiale

Informații care au printre atribute și o componentă legată de locație.

G

Georeferențiere

Asocierea datelor geografice cu un sistem cunoscut de coordonate, astfel încât acestea să poată fi vizualizate, identificate și analizate în raport cu alte date geografice. Georeferențierea poate include deplasarea, rotația, deformarea și, în unele cazuri, distorsionarea, ștergerea sau ortorectificarea datelor.

Geospatial Consortium

Este un grup de comunități locale, ale căror eforturi sunt îndreptate în direcția dezvoltării de soluții eficiente pentru sisteme geospațiale și tehnologiile asociate.

Cel mai mare și mai activ este Open Geospatial Consortium (OGC), un consorțiu internațional care include mai mult de 400 de

companii, agenții guvernamentale, organizații de cercetare și universități ce participă într-un efort unitar de dezvoltare a unor standarde geospațiale disponibile publicului larg. În România, instituții similare au fost fondate la Oradea și Constanța.

Consortiul GIS de la Oradea

În 2002, pentru a administra mai eficient teritoriul orașului și împrejurimile, municipalitatea din Oradea a înființat Consortiul Local de GIS, organizație ce a cuprins inițial primăria, operatorii de apă, gaze, energie termică și electrică și câteva filiale locale ale unor agenții naționale. Inițiativa a fost o soluție activă atât la problema ridicată de administrarea centralizată a unui oraș în plină dezvoltare, cât și la necesitatea de a integra în managementul localității și zonele limitrofe, puternic neglijate anterior.

Consortiul GIS de la Constanța

Pornind de la experiența dobândită în cadrul proiectului transfrontalier de prevenire a riscurilor la inundații în județul Constanța și zona gestionată de Municipality Dobrich din Bulgaria, unde s-a creat un cadru în care mai multe companii comunică între ele informații geospațiale, a apărut ideea înființării unui Consortiu GIS în regiune. Principalele activități pe care și le-au propus membrii Consortiului GIS au inclus și crearea unui mecanism de integrare a datelor geospațiale într-un format standardizat în vederea constituirii unui fond de date comun. Instituțiile fondatoare ale acestui consorțiu sunt: Consiliul Județean Constanța, Inspectoratul Județean pentru Situații de Urgență Constanța, Regia Autonomă Județeană Drumuri și Poduri Constanța, Regia Autonomă Județeană de Apă Constanța, Municipality Dobrich. Zona geografică vizată de Consortiul GIS este teritoriul Constanța - Dobrich.

GEOSPATIAL

GIS

Din engleză, *Geographic Information System* – sisteme informatice pentru administrarea informației geospațiale.

I

INDS

Infrastructura Națională de Date Spațiale – presupune acorduri între instituții, standarde tehnologice și resurse umane dedicate colecției și gestionării informației spațiale.

Directiva INSPIRE prevede obligativitatea conturării la nivel național a unor baze de date care să conțină un număr minimal de straturi de informații geospațiale, date care vor trebui să fie accesibile prin utilizarea unor tehnologii geospațiale bazate pe standarde internaționale. Directiva a fost transpusă în legislația românească în 2010.

Integrabilitatea soluției

Gradul în care o soluție nou implementată se poate folosi de rezultatele obținute prin alte soluții deja implementate, atât în respectivul departament, cât și în alte departamente cu care colaborează.

Interoperabilitate

Capacitatea sistemelor sau a componentelor de a face schimb de date cu alte componente sau sisteme sau de a funcționa în mai multe medii. În domeniul geospațial, interoperabilitatea este necesară pentru ca un utilizator care folosește o aplicație de la un vendor să poată studia date compilate cu o aplicație geospațială provenită de la un vendor diferit.

Spre exemplu, restructurarea Poliției Comunitare prin preluarea a tot mai multor atribuții de la Poliția Națională este una dintre schimbările majore prin care trece administrația publică locală din România. La nivel practic, acest proces implică un transfer intern

de know-how între cele trei instituții implicate: Poliția Comunitară, Poliția Națională și Primăriei. Existența unor sisteme informatice interoperabile între cele trei instituții, care să permită transferul permanent al datelor, implică existența unor standarde privind interconectarea, precum și modele comune pentru structurarea datelor.

L

Licență geospațială

Dreptul de utilizare a unei aplicații geospațiale acordat de compania dezvoltatoare. Unele licențe pot fi temporare (de exemplu licențele Intergraph de evaluare, acordate gratuit pentru utilizare timp de 30 de zile) sau definitive (acordate contra cost pe viață).

O

Ortofotoplan

O fotografie aeriană, din care au fost înlăturate distorsiunile generate de înclinarea camerei și relieful de la sol. Un ortofotoplan are aceeași scală în orice punct și poate fi utilizat ca o hartă.

R

Rasterizare

Conversia punctelor, a liniilor și a poligoanelor în date numerice.

S

Soluție geospațială

Un sistem informatic care gestionează cantități mari de informație, care au printre atribute și componenta locație.

Standardizare

Procesul de formulare, definire și implementare de standarde geospațiale. Standardele

reprezintă specificații sau stiluri de lucru care sunt acceptate la scară largă de către utilizatori și adoptate de mai mulți furnizori.

Primăria din Sibiu are o preocupare constantă pentru standardizare, o condiție esențială pentru a avea un sistem eficient. Astfel, au început prin a implementa nomenclatoare de artere, de numere poștale, de localități, de persoane etc. Obiectivele urmărite în cadrul acestui proiect au constat în unificarea într-o bază de date comună a tuturor datelor geospațiale gestionate în Primăria municipiului Sibiu, care se referă la teritoriul sau la entități poziționate pe teritoriul municipiului Sibiu.

Open Geospatial Consortium, organismul care propune standarde în domeniul geospațial, a anunțat la începutul acestui an că administrațiile publice pot colabora la realizarea standardelor geospațiale internaționale, în așa fel încât acestea să fie mai aproape de nevoile lor. Prin urmare, la OGC pot adera și administrații publice din România, care au acum importanta șansă de a veni cu propria contribuție la realizarea standardelor geospațiale. Până la publicarea acestui anunț, doar furnizorii de tehnologie geospațială lucrau la stabilirea acestor standarde.

T

Trama stradală

Cadru de lucru, un mecanism fundamental utilizat pentru a realiza aplicații și soluții geospațiale.

V

Vectorizare

Conversia datelor de tip raster (o sumă de valori numerice) în date de tip vector (o serie de puncte, linii și poligoane).

IT-ul, factor de motivare non-financiară în administrația publică

Managerii din sectorul public asociază cel mai frecvent motivarea angajaților cu recompensele bănești și materiale. De prea puține ori se conștientizează faptul că administrația publică este în competiție cu sectorul privat în identificarea și menținerea unui personal calificat, astfel că și importanța acordată motivării funcționarilor publici este destul de neînsemnată, reducându-se, de cele mai multe ori, la abordarea salarizării și a drepturilor materiale în general.

Legislația în domeniu abordează, în primul rând, drepturile funcționarilor publici, ca bază a motivării: dreptul la opinie, dreptul de a fi informat cu privire la deciziile care se iau în aplicarea Statutului funcționarului public, dreptul de asociere sindicală, dreptul la grevă, dreptul la salariu etc.

Dacă în materie de salarizare lucrurile nu au evoluat, din cauza restricțiilor bugetare impuse de criza economică, în ceea ce privește alte forme de motivare lucrurile stau și mai prost. Ce îi împiedică pe funcționarii publici să devină angajați motivați?

Răspunsurile cele mai frecvente sunt:

- Sarcini repetitive
- Instrucțiuni neclare
- Incoerență decizională
- Viziune, misiune și valori organizaționale neclare
- Reguli inutile
- Ședințe neproductive
- Inechitatea
- Lipsa de comunicare

- Răspunsurile descurajatoare
- Toleranța slabei performanțe
- Supra-controlul
- Nerecunoașterea realizărilor.

Ce îi motivează pe angajați? Banii nu reprezintă soluția magică a motivării. Printre răspunsurile cel mai des întâlnite în rândul funcționarilor publici se regăsesc: sarcini competitive, care să le ofere un sentiment de împlinire, responsabilitate, dezvoltare, satisfacție și o perspectivă promițătoare de promovare; eforturile pe care le depun să fie recunoscute și apreciate atât de conducere, cât și de cetățeni; să beneficieze de încrederea și întregul sprijin al șefilor; pot să ducă singuri o sarcină la bun sfârșit; să lucreze într-un mediu plăcut și armonios.

Dotările IT – factor de motivare non-financiară

Conform unei cercetări efectuate acum câțiva ani în cadrul Direcției pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală Vaslui (DADR Vaslui), care a avut ca scop identificarea principalilor factori motivatori în muncă, a sistemelor de motivație a personalului, precum și impactul pe care astfel de sisteme îl au asupra comportamentului organizațional, a reieșit că următorul criteriu – dotarea locului de muncă cu mijloace IT

– a obținut cel mai ridicat grad de satisfacție în rândul angajaților DADR. Pe locurile următoare s-au situat: accesibilitatea și disponibilitatea managerilor de a asculta punctele de vedere; sediul companiei (căi de transport, clădirea, curățenia); calitatea colaborării cu celelalte departamente; sistemul de training periodic.

Cu toate acestea, managerii din cadrul DADR Vaslui asociază cel mai frecvent motivarea cu recompensele bănești și materiale.

În urma cercetării s-a constatat că o formă ideală de motivare a personalului este prin implicarea lui în stabilirea obiectivelor unității în care lucrează.

În motivarea personalului, pe lângă factorii motivatori bănești, există și anumite tipuri de instrumente non-financiare ce au același efect. Oamenii tind să fie mai motivați dacă sunt interesați de munca respectivă, dacă se simt respectați, dacă agreează oamenii cu care lucrează, dacă au un anumit statut și au posibilitatea unor promovări viitoare prin training, lucruri pe care o firmă le poate oferi destul de ușor.

Leadershipul, comunicarea și prestigiul organizației sunt toate parte a creșterii moralului și a nivelului motivației forței de muncă, indiferent de sectorul în care activează – public sau privat.

■ LUIZA SANDU

MOTIVAREA FUNCȚIONARILOR PUBLICI

	În mare măsură	Destul de mult	Moderat	Într-o măsură nesemnificativă	Deloc
Salarizarea	31.8	27.3	27.3	4.5	4.5
Condițiile de muncă	22.7	59.1	9.1	0	4.5
Perspectiva unei cariere	45.5	22.7	27.3	0	0
Recunoașterea muncii	33.3	47.6	14.3	0	4.8
Satisfacția de a face lucruri utile	45.5	36.4	13.6	4.5	0
Existența unei competiții	22.7	31.8	31.8	9.1	4.5
Comunicarea în cadrul echipei	45.5	45.5	9.1	0	0
Libertatea de a avea inițiative	40.9	40.9	6.1	9.1	0

Sursa: Institutul European din România, 2006

CONCEPTUL SELF SERVICE

Începe să câștige teren în retail-ul local

Conceptul de Self Service a început, ușor-ușor, să își facă intrarea pe piața locală de retail, trecând de la eternul stadiu de „Nice to have” la materializări concrete în marile rețele prezente în România.

Lentoarea dezvoltării conceptului de Self Service pe plan local este explicabilă. Pe de o parte, investițiile necesare dezvoltării și implementării unor astfel de soluții sunt destul de consistente, fiind generate nu doar de infrastructura hardware necesară, ci și de efortul de integrare cu sistemul de back office, etapa de analiză etc. Pe de altă parte, chiar dacă vendorii de tehnologii de tip Self Service argumentează cu dovezi concrete că adoptarea acestor tehnologii este foarte rapidă, este nevoie de o „perioadă de adaptare”. Nu doar a clientului final, ci și a retailerului.

Însă timpul începe să conteze din ce în ce mai mult în ecuația eficienței unui retailer. În condițiile modificării semnificative a comportamentului de achiziție al clientului și a uniformizării ofertei, retailerii sunt nevoiți să descopere și să dezvolte noi factori diferențiatori, pe care să-i poată transforma în avantaje competitive concrete.

Viteza contează

Dezvoltarea conceptului de Self Service poate reprezenta un astfel de avantaj concret. De ce? Pentru că aduce un plus de viteză. Și pentru că unul din 10 clienți renunță să mai cumpere orice produs și părăsește magazinul dacă are de așteptat prea mult stând la coadă la casa de marcat. Iar dacă, totuși, clientul se decide să stea la coadă și timpul petrecut depășește 4 minute, indicele de satisfacție al respectivului client scade vertiginos cu până la 80%.

Poate că, pentru sceptici, concluziile

studiului realizat de National InStore și M/A/R/C Research citate anterior nu au – încă! – aplicabilitate pe plan local. Dar cine nu și-ar dori ca, atunci când are doar 4-5 produse în coș, să poată achita rapid și să evite o coadă unde există două cărucioare încărcate la maximum?! O soluție ar fi cea a „caselor rapide”, pe care mulți retailerii au pus-o în practică, dar aceasta nu dă întotdeauna rezultate, evaluarea gradului de încărcare a unui coș fiind, îndeobște, o chestiune subiectivă...

În astfel de cazuri, o soluție de tipul Self Service poate fi răspunsul optim pentru clienții grăbiți. Fie că este vorba de aplicații avansate de Self Checkout sau de mai simple soluții de Self Scanning, rezultatul final urmărit este același: deservirea rapidă a clientului și menținerea acestuia la un nivel de satisfacție optim. Sunt câștiguri importante în efortul de fidelizare a clienților și care nu pot fi asigurate doar prin „bătălia prețurilor” și a sistemului corolar de promoții, discount-uri, bonusuri etc.

Beneficiile nu se rezumă doar la aceste câștiguri. Mai sunt și alte argumente concrete, precum scăderea nivelului de încărcare a casierilor, posibilitatea relocării acestora, reducerea pierderilor generate de furturile din magazin, scăderea ratei incidentelor din zona de încasare etc.

Primele semnale pe plan local

Dezvoltarea conceptului de Self Service începe să câștige teren în retail-ul local. Și nu mă refer aici la cântarele care permit clienților să-și eticheteze singuri produsele – deși și acestea țin de aria Self Service –, ci la proiecte mai ample.

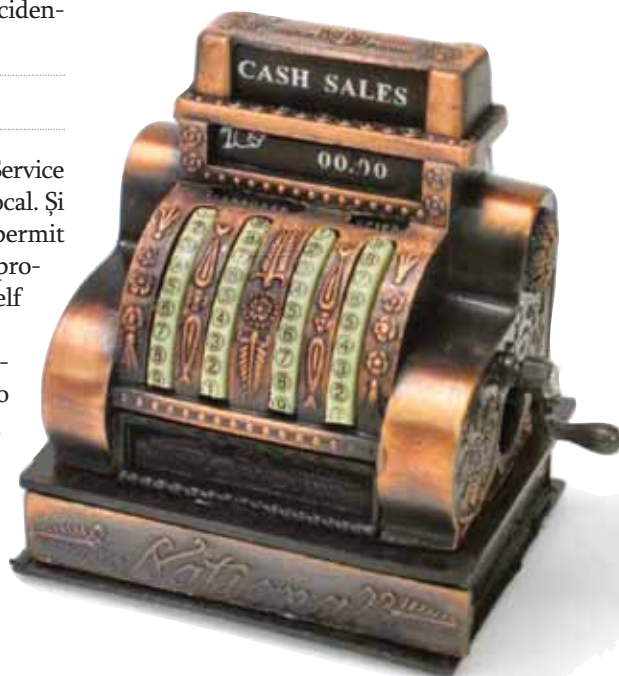
Cum ar fi cel de Self Scanning experimentat de Mega Image, pentru o perioadă determinată, într-unul din magazinele sale din București. Experimentat, pentru că, așa cum aminteam, nu numai clienții trebuie să deprindă „modul de

lucru”, ci și retailerii trebuie să învețe cum să-și optimizeze infrastructura, să o reorganizeze, astfel încât să nu inhibe adoptarea acestei noi metode de a face cumpărături. Este un aspect important, pentru că studiile demonstrează în mod clar că un client care întâmpină dificultăți repetate în zona de Self Service s-ar putea nu doar să se resemneze și să revină la vechiul sistem al caselor de marcat, ci să extrapoleze experiența negativă și să schimbe magazinul sau chiar lanțul/rețeaua.

Revenind, însă, la semnalele pe plan local, recent, Printec Group România a anunțat că se află în discuții avansate cu două mari rețele de retail pentru dezvoltarea de soluții de tip Self Service în România, fiind posibilă demararea unor proiecte pilot în 2012. Iar compania are deja două astfel de proiecte realizate în regiune: unul de Self Checkout în rețeaua de magazine Spar din Slovenia (startat în 2009 și încheiat la finalul lui 2010) și un altul de Self Scanning realizat în Bulgaria (finalizat în 2011).

Sunt, deci, semnale că lucrurile încep să se miște. Cât de repede și cu ce rezultate rămâne însă de văzut.

■ RADU GHIȚULESCU



Proiectul Netcity a rămas în urmă

Controversat încă de la înființare, proiectul Netcity va finaliza prima etapă în martie 2012, când rețeaua de telecomunicații va ajunge la o lungime de 846 km și se va extinde cu 2.500 km în a doua etapă. Lucrările au fost estimate la peste 300 de milioane euro și ar fi trebuit să se încheie în 2012.

area și administrarea rețelei NetCity, compania UTI Systems a înființat o companie de proiect dedicată, Netcity Telecom S.A.

Proiectul a fost criticat în decembrie 2007, de către Asociația de Comunicații prin Cablu (ACC), care și-a exprimat îndoielile că proiectul va fi viabil financiar și care a dat în judecată autoritățile municipale. De asemenea, ACC este nemulțumită de concesiunea către UTI, considerând că

sens fiind atras un nou partener în structura acționariatului Netcity Telecom, compania israeliană Elbit.

Rețele similare în Europa

În anul 2006, Londra și Parisul au demarat proiecte similare Netcity-ului bucureștean. Primăria Parisului și-a propus să asigure accesul a 80% din locuitori la rețeaua metropolitană până la finalul anului 2010. Abordarea londoneză a aplicat etape de proiect asemănătoare celor prevăzute de dezvoltarea Netcity, începând cu realizarea rețelei de transfer de date în centrul financiar al metropolei și apoi extinderea în restul capitalei. Proiectul Fast-Web din Italia este un succes în Milano, atât în termeni economici, cât și sociali. Efectul s-a putut măsura în creșterea numărului de sedii de companii, în accesul imediat al tuturor clădirilor metropolei (în număr de 46.000) la servicii de comunicații de înaltă viteză și calitate.

Municipalitatea din Stockholm a dezvoltat Stokab ca infrastructură de telecomunicații în capitala Suediei. Proiectul a avut ca scop reducerea costurilor de acces ale operatorilor de servicii de profil și, astfel, stimularea eficienței afacerilor. Din 290 de comunități în Suedia, aproape 200 au acces liber la rețelele locale, ceea ce înseamnă că oricine poate închiria fibră și capacități de transport, în condiții egale. Aceste rețele deserveșc școli, centre medicale, consilii locale etc. Deși multe proiecte de fibră optică sunt finanțate din fonduri publice, există reguli stricte impuse de Uniunea Europeană în ceea ce privește utilizarea acestor rețele. Accesul va fi comercializat en-gros către furnizorii de servicii, pe baze nediscriminatorii. S-a creat în acest fel un model de parteneriat public-privat pentru dezvoltarea și exploatarea infrastructurilor broadband, asigurându-se totodată atât accesul necondiționat, cât și libertatea de alegere a utilizatorului final.

■ LUIZA SANDU



Proiectul Netcity este realizat în baza unei concesiuni de lucrări publice pentru o perioadă de 49 de ani. Primăria Municipiului București pune la dispoziție spațiul public, încasează o redevență anuală în cuantum de 12% din veniturile asociate închirierii de infrastructură și devine proprietarul și administratorul Netcity la finalul perioadei de concesiune.

În anul 2006, Primăria Municipiului București a demarat realizarea documentației necesare proiectului Netcity – rețeaua metropolitană de comunicații care să ofere integrat servicii de telecomunicații pentru Municipalitate și pentru terți. Deputatul Varujan Pambuccian, Vicepreședinte al Comisiei pentru Tehnologia Informației și Comunicațiilor din Camera Deputaților, a fost inițiatorul proiectului Netcity, proiect pe care administrația bucureșteană și l-a asumat ulterior ca parte din planul său de dezvoltare urbanistică. UTI Systems a câștigat licitația, având în calitate de subcontractori companiile Ericsson România și Alcatel Lucent. Pentru realizarea, oper-

monopolul astfel constituit ar putea împinge firmele de profil spre faliment.

În luna mai 2008, Curtea de Apel București a anulat, prin decizie irevocabilă, hotărârea consilierilor municipali care prevede obligativitatea coborârii în subteran a cablurilor de telecomunicații.

Prima etapă a rețelei Netcity – finalizată peste patru luni

Prima etapă a proiectului Netcity va fi finalizată în martie 2012.

„Până în prezent a fost finalizat un procent de 65% din prima etapă a acestui proiect, care prevede racordarea tuturor străzilor și bulevardelor principale din București, respectiv 846 de kilometri de rețea. Acum sunt finalizați 550 de kilometri, urmând ca restul de 294 de kilometri să fie finalizați până la sfârșitul lui 2012. Peste 3.000 km de cabluri sunt deja instalate în rețeaua Netcity și estimăm că peste 10.000 km vor fi instalați până în ultimul trimestru din 2012”, au declarat oficialii UTI.

Extinderea rețelei telecom va continua să necesite fonduri semnificative, în acest

Liviu Tănase, Chief Operating Officer AdNet Telecom:

„Provocările pieței de telecomunicații ne-au făcut mai puternici”

AdNet Telecom este o companie cu o evoluție spectaculoasă, care, la doar 5 ani de la înființare, a devenit unul dintre cei mai activi, inovativi și profitabili jucători din piața locală de telecomunicații. Liviu Tănase, Chief Operating Officer AdNet Telecom, ne-a dezvăluit care sunt cele mai mari provocări cu care se confruntă o companie de acest profil și care sunt soluțiile și planurile de viitor.

Care sunt cele mai mari provocări cu care se confruntă piața de telecomunicații în prezent?

Una dintre cele mai presante și solicitante provocări e reprezentată în acest moment de Nectcity, proiect care aduce atât probleme legislative, cât și de ordin tehnic. Procesul de transfer al rețelelor de comunicații prin cablu de la infrastructura aeriană la cea subterană este foarte dificil, iar în condițiile actuale, într-un oraș ca București, sunt necesari cel puțin 10 ani pentru ca această rețea să devină operațională complet.

Schimbarea mediului prin care trece infrastructura de comunicații necesită în primul rând investiții majore, determinând o serie de costuri ridicate, ce vor aduce o majorare a prețurilor la serviciile oferite. În plus, trecerea la subteran se confruntă și cu probleme tehnice: trasele de fibră nu coincid, avarii produse de utilajele care sapă. Toate acestea se revarsă asupra operatorilor, dar mai ales asupra clienților, care, nu beneficiază de servicii un timp și uneori au pierderi materiale din acest motiv.

Din ceea ce spuneți, totul se transformă într-un cerc vicios, clienții având cel mai mult de suferit în final, când trebuie să-și achite facturile.

Într-adevăr, o altă provocare pentru piața de telecomunicații e reprezentată de puterea de cumpărare a clienților, aflată în scădere continuă în această perioadă. De aceea, clienții cer servicii la prețuri cât mai reduse, dar nu poți furniza calitate la un asemenea preț. Este, așa cum ați spus, un cerc vicios.

Ce ne puteți spune despre dificultățile întâmpinate din cauza atacurilor informatice?

Atacurile informatice sunt din ce în ce mai multe și mai complexe. Sunt bazate, în general, pe supraîncărcarea aplicațiilor cu sute de cereri invalide sau, cel mai frecvent, pe transmiterea unui volum mare de trafic (de ordinul Gbps) care saturează banda de acces a clientului final, ducând la imposibilitatea accesării oricărui serviciu.

În fața atacurilor de acest tip, majoritatea furnizorilor de internet aleg ca metodă de protecție traffic blackholing. Metoda este simplă, protejează restul capacității de acces internet, atât a clientului, cât și a furnizorului, însă serviciile de pe serverele atacate rămân indisponibile pe toată durata aplicării acestor filtre (există cazuri în care atacurile durează zile întregi).

Acest tip de protecție implică însă investiții importante din partea furnizorului. Pentru a putea susține atacuri de intensități mari (de ordinul Gbps), furnizorul de internet trebuie să își supradimensioneze capacitățile de acces metropolitane și internaționale pentru a lăsa loc vârfurilor de trafic care apar în astfel de situații. Un alt cost important este cel al echipamentelor de protecție, care, în funcție de capacitatea filtrată, tipurile de atacuri recunoscute și posibilitățile de upgrade, pot ajunge la prețuri de zeci sau sute de mii de euro.

Pentru a veni în ajutorul clienților, AdNet Telecom a introdus **Adnet Protect**, un serviciu de monitorizare și curățare a



Liviu Tănase, COO AdNet Telecom

traficului în cazul atacurilor DOS/DDOS (Distributed Denial of Service). După activarea acestui serviciu, nivelul de trafic către adresele IP ale clientului este monitorizat în permanență, iar în cazul detectării unui atac traficul este redirecționat prin echipamentele de curățare. Marele avantaj constă în faptul că traficul este curățat, nu filtrat.

În plus, pentru tipuri mai puțin întâlnite de atacuri, clienții pot beneficia de asistența unui specialist în securitate AdNet Telecom, care va analiza log-urile de trafic și va implementa soluții de protecție pe platforma proprie sau va recomanda clientului metode de limitare a efectelor atacului.

Care sunt planurile companiei AdNet Telecom pentru 2012?

Provocările pieței de telecomunicații ne-au făcut mai puternici. AdNet Telecom se va contura mai puternic drept un integrator de servicii, nu doar un furnizor de Internet, Telefonie, IPTV și Data Center. Vom dezvolta aplicații și servicii noi (ex: AdNet Protect), pentru a ușura cât mai mult activitatea clienților noștri. Vom fi la fel de proactivi și din ce în ce mai aproape de clienții noștri. (A.B.)

Ecosisteme de parteneriat „made in România”

După ce am trecut în revistă câteva dintre programele de parteneriat dezvoltate de marile companii IT&C în România, am încercat să aflăm cum au evoluat lucrurile cu ecosistemele de parteneriat ale unora dintre companiile IT autohtone sau mai mici din piață. Zona de distribuție IT a pus în practică modele de business și sisteme de afiliere care au cunoscut un succes deosebit, pe când zona software a înregistrat perioade de stagnare.

După mai bine de 2 ani de investiții în sisteme informatice performante, în sisteme logistice și în automatizarea proceselor, RHS Company a lansat, începând cu luna noiembrie Like It, un program de parteneriat ce integrează o soluție de business online cu una offline, un concept inovator în România, bazat exclusiv pe o rețea de parteneri cu prezență națională.

„Prin Like It, RHS Company își dorește să creeze un brand de încredere, sigur, unic în piața din România și să oferim consumatorului o experiență care să îi depășească așteptările. Principiul care a stat la baza dezvoltării RHS Company a fost, este și va fi crearea unui sistem de parteneriat, respectiv identificarea nevoilor pieței și satisfacerea acestora, exclusiv prin parteneri”, declară **Dragoș Popescu, director general RHS Company.**

Înființată în 1999, cu capital integral românesc, RHS Company a dezvoltat o rețea de peste 2.000 de parteneri ce activează în toate segmentele pieței.



Dragoș Popescu,
director general RHS Company

Like It pornește la drum cu o rețea de aproximativ 40 de parteneri, care, în acest moment, realizează o cifră de afaceri cumulată de 100 de milioane de euro. Prin Like It, RHS Company își propune o creștere de 50% a cifrei de afaceri consolidate pentru anul 2012. Planul de dezvoltare va cuprinde 50 de magazine partenere Like It ce urmează să fie deschise în București și în 41 de orașe reședințe de județ din țară în primele 6 luni de activitate, urmând ca, până la finalul lui 2012, să existe 100 de magazine partenere la nivel național.

„Am finalizat un sistem unic de Warehouse Management System, ce ne permite să livrăm în numele partenerilor noștri orice produs, oriunde în țară, în maxim 24 de ore, către clienții acestora”, adaugă **Dragoș Popescu.**

Prin programul de parteneriat, partenerii RHS beneficiază de: produse noi în portofoliu și servicii promovate la nivel național, soluție integrată de business online și offline, marketing local și național integrat, informații despre stocuri și produse în timp real, servicii post vânzare extensive și programe de fidelizare la nivel local.

Genesys Distribuție lucrează cu o rețea de peste 1.000 de parteneri locali (reselleri, integratori de sistem și retaileri IT&C), care acoperă toate regiunile țării. O parte dintre acești parteneri sunt selectați și recomandați de companie pentru livrarea de produse și servicii, pe baza unui contract de parteneriat. Partenerii Autorizați beneficiază de prețuri și condiții comerciale speciale, asistență tehnică extinsă, instruire și certificare pe linii de produse, precum și de facilități de marketing, financiare și logistice. Partenerii Autorizați au acces la secțiunea B2B a catalogului electronic de produse, instrument de lucru care oferă informații detaliate referitoare la produse, promoții, stocuri și prețuri, comenzi și facturi, și permite trimiterea de comenzi electronice pentru produse.

În cei peste 16 ani de activitate, SCOP Computers a devenit una dintre cele mai importante firme de distribuție IT, reușind să impulsioneze dezvoltarea pieței de profil și să creeze o vastă rețea de parteneri, la nivel național. Recent, compania a inclus în portofoliu brandul Colorovo. „SCOP, în calitate de distribuitor cu valoare adăugată, trebuie să ofere alternativă pentru toate solicitările partenerilor, devenite din ce în ce mai variate, mai urgente și diferite din punct de vedere al bugetului. Din acest punct de vedere, Colorovo înseamnă numai avantaje pentru noi și pentru partenerii noștri”, a spus **Horia Chițu, director executiv SCOP Computers.**

Software-ul românesc caută parteneri

SIVCO România a reușit să dezvolte pe termen lung și să extindă la nivel internațional rețeaua de partene-

riate. Evoluția companiei include dezvoltarea modelului său de business cu ajutorul partenerilor, atât în cadrul proiectelor locale, cât și al celor internaționale. Relația de parteneriat are în vedere trei direcții strategice: vânzări, implementare, dezvoltare.

„O relație de parteneriat aduce beneficii reciproce. Iată câteva dintre cele mai importante: partenerii sunt implicați, în calitate de subcontractori, în proiectele derulate de SIVCO România, în care furnizează servicii de implementare; pentru fiecare contract încheiat de SIVCO România în urma activităților de marketing și comerciale desfășurate de partener, acesta primește un comision în funcție de aportul la semnarea contractului; școlarizarea gratuită a personalului partenerului în soluțiile EAS (Enterprise Application Suite) și în tehnologia Oracle; «Partners' day» - organizăm anual un eveniment cu participarea tuturor partenerilor”, precizează **Anca Crahmaliuc, Marketing & Communication Manager SIVCO România.**

Partenerul SIVCO trebuie să fie lider în furnizarea de soluții, servicii și produse pe o piață bine definită, să furnizeze o gamă largă de servicii către clienți, incluzând integrare, instalare, instruire și suport tehnic, să aibă un număr mare de relații de afaceri pe segmentele de piață acoperite de soluțiile SIVCO România, experiență în domeniul IT de cel puțin doi ani, disponibilitatea a cel puțin două persoane pentru proiecte de implementare a soluțiilor.

În 2011, împreună cu furnizorul de soluții IT în domeniul medical iSOFT, SIVCO România a încheiat un parteneriat de colaborare complexă care s-a concretizat prin lansarea aplicației iSOFT Laboratory, folosită la Spitalul Orășenesc din Târgul Bujor, Spitalul de Pneumoftiziologie din Botoșani și Spitalul de Obstetrică și Ginecologie din Ploiești. Cel mai recent proiect este dezvoltarea portalului pentru educația consumatorilor europeni Dolceta, împreună cu partenerii Adetef, Astec, Euronet.

Entersoft este prezentă de trei ani pe

pieța din România, fiind în plin proces de dezvoltare a unei rețele de parteneri.

„Încercăm să mergem pe același concept ca și firma mamă din Grecia, care, având peste 80 de parteneri activi certificați, putem spune că este un success story. Am început dezvoltarea acestui concept în România, având în momentul de față peste 10 parteneri care sunt în plin proces de certificare în funcție de competențe. Multe companii încă sunt reticente la ideea de parteneriat, piața nevând un know-how în ceea ce privește acest proces, dar mai ales în ceea ce reprezintă un parteneriat, în care ideea de bază este fidelizarea și satisfacția clientului final. De foarte multe ori, companiile înțeleg că acest «proces» este, de fapt, un contract semnat și sunt surprinse, de cele mai multe ori plăcut, când le vorbim de certificări pe competențe, training, campanii de marketing, evenimente etc.”, subliniază **Cristi Cozic, Country Manager Entersoft.**

Partenerii Entersoft sunt atât companii care vin din același domeniu de activitate ca al companiei și care doresc să-și păstreze clienții, care între timp au crescut și au nevoie de platforme mult mai avansate tehnologic, cât și companii colaterale activității de business a companiei și care au nevoie de o soluție integrată pentru a putea oferi clientului final o soluție „la pachet” (de exemplu dezvoltatori de aplicații gen WMS, GPS, terminale etc.).



Cristi Cozic,
country manager Entersoft

„Încă de la început, viziunea companiei a fost de a lucra prin parteneri și nu de a «încerca» să facem parteneriate pe parcurs. Succesul obținut afară este datorat tocmai acestei platforme proprietate .enter, care pune la dispoziție partenerilor/consultanților tool-uri avansate tehnologic, astfel încât aceștia să poată răspunde la toate cerințele venite din partea clienților finali, nefiind nevoiți să vină către producător pentru orice particularizare a sistemului”, adaugă **Cristi Cozic.**

Procesul de certificare în cazul aplicațiilor Entersoft înseamnă o serie de 7 certificări, din care fiecare partener poate să-și aleagă nivelul de competență, astfel încât să poată răspunde la toate cerințele venite din partea clientului din acea arie de competență.

„Beneficiile unui partener certificat Entersoft încep prin accesul acestuia la cele mai noi tehnologii în domeniu, la susținerea acestuia în procesul de marketing, presales, implementare, astfel încât să le putem transmite acest know-how, la alinierea la cele mai înalte standarde de calitate. Din punct de vedere strict comercial, un partener certificat Entersoft beneficiază de un discount semnificativ din prețul de licențe și de versiuni noi ale platformei noastre și de posibilitatea de a folosi intern platforma Entersoft”, mai spune **Cristi Cozic.**

Și TotalSoft a încercat dezvoltarea unei rețele de parteneri pentru Charisma, la care încă lucrează. Cel mai probabil vom afla noutăți la începutul anului viitor. De asemenea, compania a stabilit mai multe parteneriate cu principalii jucători din sfera managementului de proiect: Infinity Business Solutions, Integrator Economic Software, Exelo sau Arhipelago.

Crearea unor rețele de parteneriat la nivel național asigură fiecărui potențial client acces la cele mai noi tehnologii din orice colț de țară și susținerea locală a unor companii care fac dovada că au know-how-ul să lucreze cu platforme avansate tehnologic.

Companiile IT&C românești atacă piața azeră

Un târg IT&C organizat într-o țară mică precum Azerbaidjan cu siguranță nu are acoperirea mediatică și anvergura unor târguri mai mari și mai celebre organizate în Vestul Europei. Cu toate acestea, BakuTel a atras la sfârșitul lunii noiembrie 250 de companii din 29 de țări, printre care și câteva nume importante de pe piața IT&C românească.

Pentru Bitdefender, SIVCO România și UTI, BakuTel a reprezentat încă o ocazie de a-și extinde prezența pe piețele emergente. UTI a deschis chiar un birou local, fiind prima companie românească din domeniul IT&C înregistrată în Azerbaidjan. BakuTel 2011 a acoperit patru sectoare cheie: telecomunicații, internet, software și comunicații prin satelit.

„Anvergura BakuTel este o chestiune de punct de vedere. Sigur că, dacă îl comparăm strict cu CeBIT-ul din Germania, vorbim de un spațiu expozițional mai mic, însă, dacă ne raportăm la regiunea caspică, târgul IT&C din Azerbaijan este cel mai important eveniment IT local”, precizează **Octavian Cernăuțeanu, Channel Account Manager Russia & CIS Bitdefender.**

Prezent la BakuTel, ministrul Comunicațiilor și Societății Informaționale, Valerian Vreme, a lansat propuneri de colaborare autorităților azere și a prezentat companiile de IT românești de la târg, dar și RomInfoLine, o companie azeră din domeniul telecomunicațiilor, prezentă pe piața românească.

„Relațiile excelente la nivel politic dintre cele două state încep să se materializeze tot mai mult și în zona economică. Azerbaidjan este pentru România puntea către zona caspică, la fel cum România încearcă



să fie pentru Azerbaidjan o punte către piața UE”, a declarat Valerian Vreme.

UTI vizează poziționarea ca integrator în zona Munții Caucaz-Marea Caspică

La prima participare la acest târg, UTI a prezentat soluții din domenii diverse: e-Government, securitate informatică, managementul documentelor, managementul identității, protecția infrastructurilor critice, centre de management al situațiilor de urgență, soluții inteligente pentru transport.

De asemenea, au fost prezentate, prin demonstrații live, soluțiile proprii de securitate a informațiilor – shellSAFE pentru desktop și shellSAFE pentru dispozitive mobile, managementul documentelor – Confluence, taxare automată pentru transportul în comun – Skayo, managementul contravențiilor rutiere – Ectorian.

„Principalul obiectiv al UTI prin participarea la acest târg a fost de a se poziționa ca integrator de soluții IT&C pentru companii private și instituții guvernamentale în zona Munții Caucaz-Marea Caspică. Acest obiectiv este parte integrantă a unui obiectiv strategic mai larg, referitor la dezvoltarea internațională a UTI. Însă, parti-

ciparea a reprezentat o bună ocazie de a consolida colaborarea și parteneriatul strategic dintre România și Azerbaidjan, domeniul IT&C fiind unul dintre sectoarele de interes maxim, conform Planului de acțiune dintre cele două țări, în timp ce UTI este una dintre companiile românești cu competențe diversificate și complexe în domeniul IT&C. Am identificat potențial în domeniul securității informatice și al comunicațiilor, al portabilității numerelor de telefon”, spune **Irina Grecu, Communication Manager UTI.**

Azerbaidjan este una dintre țările de interes pentru UTI, care, în vederea penetrării pieței locale, a propus un parteneriat tehnologic și industrial cu autoritățile azere pentru transfer de tehnologie și colaborări în domeniul securității informatice și a protecției infrastructurilor critice. În cadrul acestui parteneriat, UTI va oferi un laborator de Securitate IT pentru Academia de pe lângă Președinția Republicii Azerbaidjan.

SIVCO – prezentă din 2009 în Azerbaidjan

SIVCO este prezentă în Azerbaidjan încă din 2009, când a demarat un program amplu de implementare a soluției integrate

de eLearning. Proiectul a avut ca scop dezvoltarea unei platforme informatice educaționale integrate, bazată pe o infrastructură comună validată, care să răspundă în principal obiectivelor strategiei naționale a Azerbaidjanului de dezvoltare a Societății Informaționale. Compania a devenit, începând cu acest proiect, principalul furnizor de soluții software pentru Ministerul Educației.

„Pe viitor, dorim să extindem colaborarea noastră și cu alte instituții. Considerăm Azerbaidjanul o piață cu un mare potențial de dezvoltare și cu o viziune consistentă și clară în privința informatizării extensive a țării. La târg am prezentat, în principal, cele mai noi tehnologii în domeniul software-ului educațional, dedicat elevilor și profesorilor – materiale educaționale pe dispozitive multi touch, pe tablete PC-uri, soluții 3D și Augmented Reality. Am avut onoarea să prezint personal președintelui Azerbaidjanului și membrilor delegației oficiale guvernamentale soluțiile inovative SIVCO pentru educație, rezultatele programului implementat în Azerbaidjan și perspectivele de extindere a acestui model de succes în țările din zona Caucazului și Asia Centrală”, a declarat **Florian Ciolacu, Vicepreședinte International Accounts and Partners SIVCO România**. Azerbaidjanul investește major în dezvoltarea unui sistem eGovernment integrat, pentru informatizarea fluxurilor de lucru cu cetățenii, în principal printr-un program cadru gestionat de Ministerul Comunicațiilor. „Este îmbucurător pentru noi, ca furnizori de software educațional, că se acordă o mare importanță modernizării procesului de predare/învățare din școlile publice prin continuarea achiziționării și dezvoltării de lecții electronice, interactive. Continuăm, de asemenea, proiectul de construcție al Bazei de Date Naționale a Educației, pe care compania noastră, alături de partenerii azeri de la compania ULTRA, îl implementează. De altfel, am reînnoit acordul de parteneriat cu ULTRA. Și în 2012 va continua conectarea școlilor la broadband și deci accesul lor la soluțiile centralizate de eLearning și Student Management System”, a adăugat **Florian Ciolacu**.

SIVCO a participat anul acesta la multe târguri IT&C din toate zonele în care activează, pentru a prezenta soluțiile de software pentru educație: la târgurile specializate în educație din zona Golfului (GESS, BETT Middle East), Malta (EMBED), Londra (BETT), Educa Berlin, precum și la manifestări similare, desfășurate recent în Asia Centrală – Turkmenistan și Kazahstan.

Bitdefender va avea un partener în Azerbaidjan

Bitdefender a participat la expoziția BakuTel cu toată gama de soluții de securitate pe care le oferă. În segmentul consumer, a expus Bitdefender Antivirus 2012, Bitdefender Internet Security 2012, Bitdefender Total Security 2012. În zona de business, vizitatorii BakuTel au beneficiat de prezentări ale Cloud Security for Endpoints și Security for Virtualised Environments. „Bitdefender este un jucător global și, prin urmare, caută să își extindă prezența atât în piețele foarte dezvoltate, cât și în regiunile emergente, cu potențial interesant pentru viitor. Unul dintre statele dezvoltate ale regiunii caspice, Azerbaidjanul are o poziție strategică ca și piață de consum, iar economia sa va fi puternic propulsată de resursele naturale ale zonei. Ca orice economie în dezvoltare accelerată, Azerbaidjanul are o gamă variată de necesități și nu se poate vorbi încă despre o segmentare foarte categorică a pieței. Crește-

rea spectaculoasă a gradului de utilizare a tehnicii de calcul are ca și consecință imediată cererea pentru soluții de protecție a datelor, atât în zona consumer, cât și în segmentul enterprise și small medium business”, spune **Octavian Cernăuțeanu, Channel Account Manager Russia & CIS Bitdefender**.

Compania se află în faza de a semna un contract de distribuție cu o prestigioasă companie locală. Negocierile au fost finalizate cu succes, însă, până la încheierea formalităților, compania nu dorește să dezvăluie identitatea viitorului partener Bitdefender în Azerbaidjan. „Cei care au interese în zonă vor privi acest târg cu toată seriozitatea, astfel că Bitdefender este determinat să participe și la edițiile viitoare. Până la urmă, participarea unui producător de software global la aceste evenimente regionale ține de strategia comercială locală și nu are o legătură directă cu suprafața expozițională sau cu comparațiile directe cu evenimente consacrate de anvergură mondială”, crede **Octavian Cernăuțeanu**.

La a 17-a ediție a Târgului internațional de Telecomunicații și Tehnologie Informațională – BakuTel din Azerbaidjan au participat pentru prima dată, cu standuri naționale, Austria, Belarus, Canada, Coreea de Sud, Croația, Emiratele Arabe Unite, Estonia, Franța, Iran, Israel, Letonia, Lituania, România, Spania, SUA, Turcia și Ungaria. Principalul sponsor al târgului din acest an a fost Microsoft.

■ LUIZA SANDU



DIVERSITATEA

aduce beneficii organizațiilor deschise să o cultive

Cred cu tărie că diversitatea sănătoasă aduce un plus de valoare la nivel de individ, de organizație și societate. De asemenea, mai cred că la această plus valoare ajungem doar dacă gestionăm preconcepțiile și respectiv temerile, mecanismele de apărare pe care confortul aparent al acestora ni-l oferă.

Cred și prețuiesc diversitatea de gândire, de opinii și mai cred că acest aspect este unul dintre cele mai interesante de gestionat la nivel organizațional, dată fiind tendința de a prefera și angaja oameni asemănători... o economie relațională și managerială facilă, în zona de confort, însă care pe termen mediu și lung sărăcește mediul de business, îl privează de inovație, de abordări creative, de maniere noi și eficiente de adresare și rezolvare a situațiilor problematice. Diversitatea aduce o bogăție organizațiilor care sunt pregătite și deschise să o cultive, iar un mediu de lucru incluziv permite angajatului să dea ce are mai bun, să se valorizeze nu doar ca profesionist, ci și ca om.

Strategia diversității în Microsoft. Programe și rezultate în România

Operând la nivel global, succesul corporației noastre depinde de maniera în care organizația înțelege specificul

divers al piețelor în care acționăm și pe care vrem să îl reflectăm în modul în care operăm în fiecare țară, păstrând ca trăsătură comună aceleași standarde de profesionalism.

Asumându-și rolul de evanghelist al diversității, Microsoft se adresează deopotrivă atât audiențelor externe, cât și audiențelor interne de angajați. Managementul diversității are inclusă o componentă de schimbare – la nivel de percepție, mentalitate, cu impact asupra comportamentului și relaționării interumane. De aceea, pe lângă programele externe, un rol aparte îl au programele specifice de educare și promovare a diversității în rândul managerilor și, în general, al angajaților noștri.

Aș dori, în mod special, să împărtășesc experiența mea în România, abordând și o perspectivă istorică a modului în care noi am resimțit necesitatea încurajării diversității în companie și, în mod particular, în cadrul centrului de suport, un mediu preponderent masculin.

Ar fi trei perspective ale diversității pe care noi le-am luat în calcul în mod special: diversitatea de vârstă, diversitatea de gen și diversitatea culturală.

Diversitatea de vârstă

Primele echipe angajate în 2006 erau formate din colegi la început de carieră, o bună parte dintre aceștia fiind la prima lor experiență de muncă. Generația Y. Deși fiecare personalitate era diferită, numitorul comun, specific generației, a fost pregnant resimțit și, ca atare, în recrutările următoare am

căutat să balansăm pozitiv echipa și să atragem între candidați oameni experimentați, cu o experiență de viață care să îmbogățească experiența profesională și maniera de abordare a situațiilor de la locul de muncă.

Diversitatea de gen

Inițial, erau doar câteva aplicante, iar angajate și mai puține decât ce oferea piața de IT și mediul academic din România. Analizând anunțurile postate, am realizat că acestea accentuau foarte mult partea tehnică a jobului, în detrimentul aspectelor legate de soft, esențiale pentru un job de succes în Microsoft: comunicare și colaborare.

Ca atare, am regândit maniera de concepere a anunțurilor de recrutare, mediile de comunicare folosite și, mai mult, văzând și auzind constant concepția generală cum că „IT-ul nu este pentru fete” am început câteva acțiuni de prezentare a mediului de lucru și rolurilor noastre către audiențe feminine.

Primul proiect pe care l-am introdus în acest scop a fost Open Days: un eveniment de cunoaștere a culturii Microsoft și, respectiv, de prezentare a rolurilor noastre, inclusiv a celor tehnice, cu posibilitatea de a intra direct în legătură cu angajații noștri, ocupanții acelor roluri. De asemenea, am folosit acest eveniment pentru a organiza anumite grupuri de discuții și a afla care sunt percepțiile cele mai întâlnite cu privire la IT și la accesibilitatea IT-ului pentru femei. În baza

acestora, am flexibilizat sistemul nostru intern de beneficii și am introdus anumite programe interne sau elemente ale mediului de lucru „friendly” pentru femei.

Un alt program este Digigirlz, foarte cunoscut în Statele Unite ale Americii și în Europa de Vest, pe care l-am introdus și în România, pentru prima oară în Europa de Est. Este vorba de încurajarea tinerelor aflate încă pe băncile școlii și liceelor de a îmbrățișa tehnologia și, în același timp, de a le stârni interesul pentru o carieră în mediul IT&C. Până acum am coordonat două astfel de evenimente – unul în Timișoara și unul în București.

Nu în ultimul rând, aș aminti Conferința de leadership, Leadership@feminin, pe care am organizat-o în luna mai a acestui an și pentru care am fost responsabilă, eveniment care a adresat problematica diversității de gen în rândul echipelor de management, unde prezența feminină este și mai scăzută. Evenimentul – primul de acest gen organizat în România de o companie în parteneriat cu ASEBUSS – a avut un ecou deosebit și datorită invitaților deosebiți, dintre care aș aminti: ASR Principesa Margareta a României, Excelenta Sa Ambasadorul SUA la București, Mark Gittenstein, Camelia Șucu, Violeta Ciurel, Director General Axa Asigurări, Ronald Binkofski, director general Microsoft România etc.

Mai multe detalii despre aceste programe pot fi găsite pe www.microsoft.ro/diversity/wlc.

Notă: toate aceste programe au fost inițiate și coordonate de mine direct, eu fiind și EMEA CSS Diversity Champ în Microsoft. Mai sunt și altele, interne, însă deocamdată mă rezum la acestea cu impact pe piața externă.

Un program care sprijină inițiativa diversității în ecosistemul companiilor IT&C din România este cel coordonat de colega mea, Loredana Panait, Women in IT, program care își propune formarea și creșterea unei comu-

nități sustenabile la nivelul industriei noastre în România.

Diversitatea culturală

Lucrând la Microsoft și, mai ales, lucrând într-o organizație care deservește clienți din Europa de Vest, prin experiența de muncă și colaborarea pe care o au, angajații noștri sunt într-o călătorie prin lume, în fiecare zi. În biroul din București avem colegi din Germania, Franța, Suedia, Maroc, Moldova, Polonia, Olanda etc., așa încât diversitatea culturală e la ea acasă. Pentru a deservi cât mai bine clienții noștri le oferim servicii în limba proprie; întrucât pe lângă vocabular contează aspectele diferențelor culturale ale limbajului și re-

laționării, am introdus noi posturi de muncă, prin ceea ce noi numim Language & Cultural Coach – persoane native sau cu experiență de viață în cultura clienților noștri. Introducerea acestor roluri a fost benefică nu doar din perspectiva experienței de învățare culturală a angajaților, ci a afacerii în sine, contribuind semnificativ la creșterea satisfacției clienților noștri.

Indiferent însă de background-ul nostru cultural, de vârstă, de sex, de limba pe care o vorbim, numitorul comun pe care îl avem în Microsoft este pasiunea pe care o punem în fiecare zi în ceea ce facem și, ca recompensă, satisfacția deosebită pe care o avem ca profesioniști și ca oameni.

■ ADINA BIGAS



ADINA BIGAS, Manager de Resurse Umane, s-a ocupat din 2007 pentru prima oară în cadrul Microsoft România de inițiativele care se înscriu pe agenda diversității și incluziunii (D&I), o agendă extrem de interesantă și, în același timp, provocatoare. Rezultatele obținute în organizația din România au propulsat-o pe Adina într-o funcție regională, devenind în 2009 EMEA CSS Diversity Champ în cadrul Microsoft. Implicarea sa în această zonă are ca punct de pornire atât necesitățile de business privitoare la beneficiile pe care diversitatea le poate aduce organizației, cât și punctul de vedere personal legat de diversitate.

IT-ul oferă femeilor oportunități de carieră variate

În România mai există mituri legate de carierele pe care le pot alege tinerele care absolvă o facultate cu profil tehnic. Prin puterea unor exemple din piața IT&C românească, vrem să arătăm că o absolventă de Automatică sau de Informatică poate la un moment dat conduce un business și nu doar scrie cod sau implementa soluții. Pe scurt, poate avea o carieră de succes într-un domeniu preponderent masculin: IT-ul.

Pentru femeile de succes care au dialogat cu noi în acest număr, domeniul IT a reprezentat o alegere firească.

Rodica Păvăloaia a terminat Facultatea de Calculatoare din cadrul Universității Tehnice „Gh. Asachi” din Iași și în prezent este UCS Commercial Director la Universal Card Systems și CEO la Ingenio Software, divizia software externalizată a UCS.

„În '95, imediat după ce m-am angajat, am făcut de toate. Nu cred că am excelat niciodată în programare, astfel că nu m-am simțit «îndrăgostită» de limbajele prea «tehnice», cum este «C-ul», și m-am orientat mai mult către «manevrarea» bazelor de date. Lucram într-o companie care vindea pagere și oferea servicii de informare clienților folosind aceste minidispozitive. Prima mea «realizare» a fost consolidarea bazei de date de clienți și a serviciilor asociate oferite acestora, bază de date care mi-a permis să fac un program de facturare.

Apoi a început o altă joacă de-a programarea într-o altă companie dezvoltând aplicații informatice pentru niște dispozitive numite smartphone și pentru smartcarduri. A fost o perioadă de acumulare, ce mi-a permis să învăț să ascult clientul, să înțeleg ce vrea pentru a-i oferi ceea ce trebuie. Am învățat să negociez și am învățat să conving”, spune **Rodica Păvăloaia**.

De-a lungul timpului, a observat că, nu de puține ori, consultanții se împart în două categorii: cei care fac exact ceea ce spune clientul și cei care impun ceea ce consideră ei. „Mie mi se pare că, de cele mai multe ori, rolul consultantului trebuie să fie undeva la mijloc, să asculte pentru a reuși să sugereze exact ce are nevoie clientul. În această perioadă am baleat o varietate de industrii, de la aplicații pentru învățământ și servicii medicale, până la aplicații pentru zona financiară. A fost perioada în care am conștientizat că facultatea nu mă învățase să programez, nu acesta fusese rolul ei, ci mă învățase să gândesc, să culeg informațiile ce-mi sunt necesare pentru a le transpune apoi în «story-ul» aplicațiilor software, povești pe care, mai apoi, colegii mei, artiștii programatori, o făceau să devină realitate. Iar apoi au



„Un sfat pe care îl dau tinerilor, în general, este să caute să-și identifice dorințele, să încerce permanent să se autodepășească și să nu uite niciodată că cel mai important lucru este implicarea.”

apărut câteva idei ale unor tineri vișători, așa cum eram toți atunci, și am pus bazele primei aplicații de SMS banking de pe piața românească și a primului modul din suita software, ce avea să devină principala platformă de creditare implementată la marile bănci de retail locale. Și astfel rolul meu a devenit să coordonez”, povestește **Rodica Păvăloaia**.

„De ce o carieră în domeniul IT? Pentru că terminasem Facultatea de Calculatoare, iar în '95 IT-ul era foarte trendy, cum de altfel cred că este și acum; pentru că mă simțeam construită să am o minte organizată, iar anii de facultate m-au ajutat să învăț, să ascult și să mă organizez, iar IT-ul îmi oferea exact ceea ce căutam. Talentul nu alege dacă ești fată sau băiat. Dacă te naști cu un talent, important e doar ca să ți-l descopere cineva. Dacă o fată are talent să dezvolte cod o va face, și nu se va plânge că face asta la nesfârșit. Dacă are talent în rețelistică, la fel. Talentul nu alege. Important este să trecem peste prejudecăți.”

Rodica Păvăloaia

Andreea Mărășescu se află la cârma Genesys Systems din 2010, după un parcurs care a inclus mai multe companii IT din piață.

„Am început ca programator, cu o pasiune specială pentru baze de date. Am lucrat timp de 8 ani ca programator la o firmă micuță, Omnis Group, dar în care am avut șansa de a lucra cu oameni speciali, pe niște proiecte fantastice, atât pentru clienți din România, cât și din afara țării. În acea perioadă am înțeles ce înseamnă un proiect ADEVĂRAT, ce înseamnă responsabilitatea unei aplicații de anvergură, dar și ce satisfacție extraordinară ai atunci când oamenii pe care nu îi cunoști – utilizatorii «lucrului» pe care l-ai creat – îl folosesc cu naturalețe, cu lejeritate și normalitate. Tot la Omnis Group am trecut încet-încet dinspre programare spre Analiză de Business și Project Management – datorită dorinței de a comunica și interacționa direct cu utilizatorii aplicațiilor pe care le cream –, apoi am devenit Administrator de Aplicații la Genesys Systems – responsabilă cu implementarea unei noi soluții informatice ERP + CRM la nivelul companiei. După aproape 4 ani la Genesys – în care am evoluat de la Administrator de Aplicații și Project Manager la coordonarea Departamentului de Soluții Software – am făcut trecerea către mediul multinațional. Provocarea Microsoft România a fost una de excepție, de la poziția de Specialist Presales ajungând în șase luni să coordonez întreaga echipă de Presales. Cei trei ani de Microsoft consider că mi-au deschis orizonturile pe plan profesional, mi-au oferit posibilitatea de a înțelege business-ul la nivel «mare» și de a învăța cum pot fi aplicate principiile unei companii atât de mari la nivelul unei firme mai mici, dar poate mai flexibilă și mai adaptabilă. Așadar am revenit la Genesys Systems, mai întâi în calitate de Business Unit Manager Aplicații Software și apoi Director Executiv la nivelul întregii companii.”

„În perioada liceului, am fost sfătuită de părinți, ambii ingineri, să îmbrățișez o carieră tehnică; în opinia dărilor era una sigură și de viitor la momentul anilor '90. Din toate sferele tehnicului, singura care am considerat că mi se potrivea – din perspectiva creativității și a rezultatului final al muncii – era cea legată de calculatoare, de programare ca să fiu mai exactă. Am căutat să îmbin ideea de tehnic (care, deși inoculată de părinți, am simțit că mi se potrivește de la bun început) cu cea de economic/business și așa am ajuns să aleg Facultatea de Informatică Economică din cadrul ASE. A fost, de departe, cea mai bună alegere și mi-a oferit mix-ul de care aveam nevoie: tehnica aplicată în realitate, în business, satisfacția de a face IT nu de dragul «butoanelor», ci de dragul oamenilor.”

Andreea Mărășescu

Carriere în IT: avem de unde alege?

Andreea Mărășescu spune că în domeniul IT oportunitățile sunt extrem de variate: „Nici una nu trebuie exclusă doar pentru că discutăm despre o persoană de sex feminin; de la programator, tester, analist de business, consultant de implementare, consultant presales, până la team leader, manager IT, manager de aplicații sau executiv în sfera IT&C. Ce mi se pare



Andreea Mărășescu

„Sfatul meu pentru tinerele absolvente: să nu se gândească nici o clipă că nu au ce căuta într-o lume care aparține în mod tradițional bărbaților! Și să experimenteze cât mai mult înainte de a lua decizia referitoare la drumul de urmat sau la proporția între business și tehnic, care le poate aduce cele mai multe satisfacții pe termen lung.”

important este ca fiecare dintre noi să alegem acea combinație de business și tehnic care ni se pare cea mai potrivită profilului și aspirațiilor pe care le avem.”

Pentru reprezentanta Universal Card Systems, IT-ul înseamnă creație: „nu vorbesc de web-design, ci de tot ceea ce e legat de IT. Gândiți-vă că pentru a crea arhitectura unui sistem nu e nevoie doar de cunoștințe tehnice, ci și de talent și pricepere pentru a pune în practică soluțiile care să ofere clientului confort, încredere și maleabilitate. Oricum, eu am să vă dau un exemplu care, sper eu, că va distruge mitul cum că fetele nu au ce căuta în această zonă – cel mai bun administrator de sistem pe care l-am întâlnit până acum e o fată. Și nu e doar părerea mea. E și părerea colegilor mei. IT-ul a devenit principalul cadru de suport al business-ului, astfel că IT-ul nu e doar programare. IT-ul reprezintă și alte activități, cum ar fi consultanța de implementare a proceselor de Business, proiect management sau testare. Sunt business-uri mari, care oferă numai aceste tipuri de servicii. Și e absurd să crezi că poți gestiona un proiect software dacă nu cunoști cum trebuie implementat un proces într-o aplicație software. Iar fetele sunt mai minuțioase, mai curioase și mai ordonate.”

Indiferent de facultatea tehnică absolvită, domeniul IT&C oferă posibilități de carieră extrem de diverse și motivante, rămâne doar ca tinerele să aibă curajul și încrederea să întindă ambele mâini și să le prindă.

■ LUIZA SANDU

Tehnologia și familia, factori esențiali de reformare a educației

Compania Intel și guvernul regional din Castilla și Leon din Spania au organizat cea de-a opta ediție a Intel Education Summit la sfârșitul lunii noiembrie, în Salamanca. Intel investește 100 de milioane de dolari pe an în educație. Am stat de vorbă cu Bernadette Andrietti, Director Intel EMEA, despre rolul tehnologiei informației, dar și al familiei în reformarea educației.

În România, în zona rurală, elevii nu numai că nu dispun de tehnologii noi, dar, în unele cazuri, nu există nici profesori la sat. Ce recomandări are Intel pentru astfel de situații?

Vă pot da un exemplu din Spania. Galicia este, în mare parte, o regiune rurală. Aici sunt 30.000 de sate din totalul de 60.000 din întreaga Spanie, deci jumătate din zona rurală a Spaniei se află în Galicia. Autoritățile de aici au creat un portal și au investit în sisteme educaționale, reușind astfel să păstreze oamenii în zona rurală. Fără tehnologie, acest lucru nu ar fi fost posibil. Există un număr de țări unde școlile din zonele rurale au fost închise, pentru că nu au avut infrastructura necesară pentru funcționarea acestora. Galicia este un foarte bun exemplu unde a fost posibilă păstrarea oamenilor datorită noilor tehnologii, iar profesorii au beneficiat de noi instrumente de educare și predare. Eu locuiesc într-un sat, la 40 km de Paris, unde există o școală. Toate satele din împrejurimi au o școală. Am ales să locuiesc într-un sat pentru că am aceeași infrastructură ca în Paris și o calitate mai bună a vieții. Cei doi copii ai mei au fost educați în acest mic sat, dar au beneficiat de același nivel de educație ca în Paris, poate chiar mai bun, deoarece în zona rurală nu au fost alte opți-

uni, decât utilizarea tehnologiei în procesul de educație. În același timp, într-o școală din mediul rural înveți diferit. Aș recomanda țărilor ca România să aibă discuții cu alte regiuni și țări din Europa, cum e Galicia. România ar putea folosi exemplul Galiciei pentru a găsi metodele potrivite de a nu închide școli în zona rurală.

Una dintre temele principale ale summit-ului din acest an a fost implicarea familiei în procesul de educație al elevilor. Ce progrese a făcut Europa din acest punct de vedere?

În primul rând, trebuie să acceptăm un fapt: foarte mulți părinți sunt divorțați. Dacă înainte profesorul chema părinții unui copil la școală și stătea de vorbă cu ei, acum acest lucru nu mai e posibil. E vorba de doi părinți singuri, iar copilul se află la mijloc. Așadar, trebuie găsite noi instrumente de comunicare în acest triunghi – părinți-profesor-elev. E nevoie de noi portaluri de comunicare, dar acestea nu trebuie să conțină numai informații negative, de genul – copilul dumneavoastră nu învață bine, trebuie să-l pedepsiți, ar trebui să nu mai meargă la petreceri etc. Nu acesta este scopul acestor portaluri. E vorba despre măsurarea progresului elevului, de a-l încuraja să progreseze, de a-l recompensa. Franța, Germania și Spania lucrează în această zonă, cu portaluri care facilitează comunicarea de acest tip. Lucrăm cu parteneri locali pentru a dezvolta conținutul acestor portaluri. Ne aflăm încă la început, dar merită efortul pentru că vedem cât de mulți elevi au rezultate foarte slabe, iar una din cauze e legată de faptul că părinții nu îi supraveghează zilnic. Copiii trebuie să vadă că părinții sunt interesați de munca lor. Din cauză că părinții lucrează până târziu sau nu mai locuiesc împreună cu copiii, le acordă acestora din ce în ce mai puțin timp, iar acest lucru are efecte grave asupra copilului, care nu mai e motivat să învețe. Tre-



Bernadette Andrietti

buie așadar folosite noi tehnologii pentru a implica părinții – e-mail, portaluri, rețele sociale. Și acest lucru e valabil și în relația profesor-elev. De asemenea, în viitor profesorii trebuie să își ajusteze modul în care le predau fetelor și băieților, mai ales când e vorba de științele exacte și de domenii științifice. Marea diferență între fete și băieți stă în legătura emoțională. Bărbatul privește tehnologia altfel, pentru a-și crea o plăcere, femeile se vor întreba de ce au nevoie de acea tehnologie. Deseori, fetele nu merg în școlile tehnice, pentru că nu regăsesc acea legătură emoțională de care au nevoie.

Cât de multă tehnologie și cât de multe discuții libere la clasă?

În școală, în prezent, informațiile sunt descărcate de pe internet și sunt mult mai puține discuții libere în clasă. Copiii trebuie pregătiți pentru lumea reală, pentru ca mai târziu, când vor fi angajați, să nu aibă probleme. Trebuie să fim mult mai responsabili, aceste instrumente nu educă doar studenții, ci și părinții. Dacă facem o comparație cu țările nordice, unde sistemul educațional este avansat, nivelul de responsabilitate este ceea ce diferențiază țările latine de țările nordice.

■ LUIZA SANDU



20 de ani de experiență în echipamente de birotică

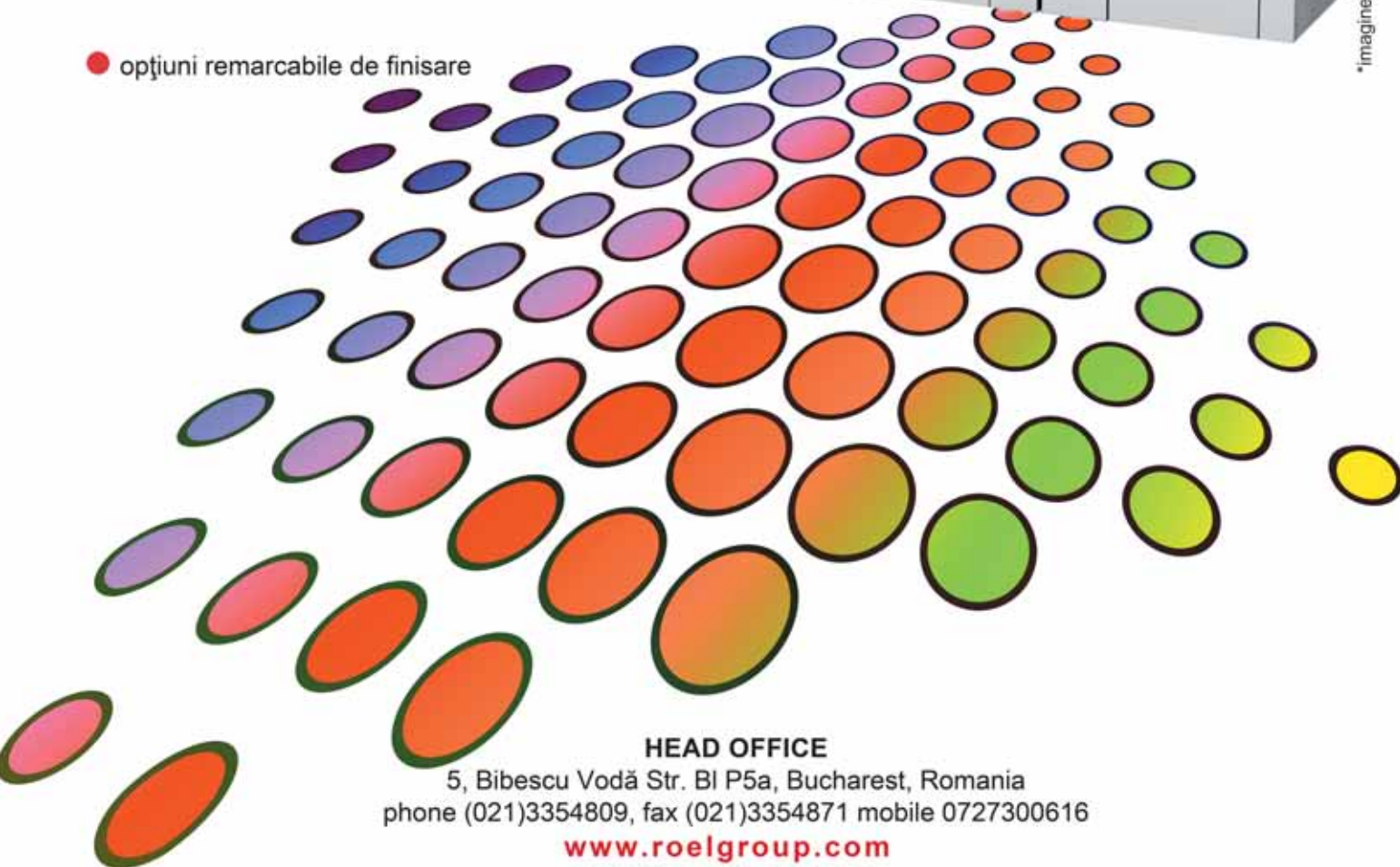
RICOH Production Printer PROC900

Cu 90 de pagini pe minut, noul PROC900 color este cel mai rapid și robust echipament din clasa sa, un adevărat campion al imprimării digitale destinat să satisfacă cele mai complexe solicitări de viteză și calitate.

- productivitate excepțională
- operare ușoară
- alimentare flexibilă cu hârtie
- rezolvă sarcini complexe "start-to-finish"
- high-end EFI controller (încorporat/extern)
- opțiuni remarcabile de finisare



*Imaginea reprezintă varianta cu opțiuni



HEAD OFFICE

5, Bibescu Vodă Str. Bl P5a, Bucharest, Romania
phone (021)3354809, fax (021)3354871 mobile 0727300616

www.roelgroup.com

ECONOMISEȘTE

pe termen scurt, dezvoltă afacerea
pe termen lung.

HP Converged Infrastructure îți poate oferi tot ce ai nevoie pentru viitorul afacerii tale. Tehnologia și portofoliul soluțiilor oferite de HP sunt ce ai nevoie pentru a menține compania ta să funcționeze lin și fără probleme.

Pentru a-ți duce afacerea ta pe un nou nivel, trebuie ca IT-ul să livreze mai multă performanță și costuri mai mici. Cu echipamentele de stocare, de rețea și soluțiile de software oferite de HP vei primi cele mai de încredere, performanțe și mai "cost effective" soluții. Serverele HP ProLiant vin cu capacități de "automatic migration" și "management", astfel încât să consume mai puțin timp pentru întreținere și să lase mai mult timp pentru dezvoltarea afacerii tale.

Copyright © 2011 Hewlett-Packard Development Company, L.P. The information contained herein is subject to change without notice. The only warranties for HP products and services are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty. HP shall not be liable for technical or editorial errors or omissions contained herein.

Intel, the Intel logo, Xeon, and Xeon Inside are trademarks or registered trademarks of Intel Corporation in the U.S. and/or other countries.



HP ProLiant DL120 G7 server cu gama de procesoare Intel® Xeon® Processor E3

Server-ul HP ProLiant DL120 G7 este un nou server "entry level" rack-abil, leftin, dar performant.

Acest server uniprosesor este ideal pentru web applications, single-application si edge-of-network application.

Server-ul DL120 G7 merge cu gama de procesoare Intel® Xeon® Processor E3 si Core i-3, oferind performanță procesoarelor cu 4 core-uri, respectiv 2 core-uri.

Soft-ul de management integrat iLO3 va scade costurile de management și oferă acces la servere de oriunde, oricând. Cele 2 sloturi PCI-Express oferă expandabilitate, alături de opțiunile pentru hard discurile HP SAS, controller-ele HP Smart.

București

Bd. Dimitrie Pompeiu nr. 8
Sector 2, cod 020337
Tel.: +4 021 242 05 42
Fax: +4 021 242 05 43

E-mail: sales@genesys4s.ro
Web: www.genesys4s.ro

Timișoara

Str. Dacilor nr.25, et.1
cod 300094
Tel.: +4 0256 203 524
Fax: +4 0256 203 529

Cluj-Napoca

Str. Colonia Borhanci nr.2,
cod 400481
Tel./Fax: + 4 0264 274 778

GENESYS4S
IT Solutions for Business

2011
Preferred Partner
GOLD

