

MARKET WATCH

Nr. 148/15 SEPTEMBRIE - 15 OCTOMBRIE 2012

Managerial Tools

Provocarea
implementării
proiectelor IT
cu finanțare
europeană

Printing&Imaging

Cât de scump
costă un cartuș
ieftin?

Industry Watch

Unde sunt
evenimentele
de altădată?



Infineon Technologies,
7 ani de excelență în România

Optimizati-va costurile de dezvoltare in IT – Oportunitati de outsourcing IT in Moldova

2 Octombrie
Hotel Intercontinental
Bucuresti

Contact:

Cristina Pasla
 Conference Manager
cpasla@idc.com
<http://events.idc-cema.com/usaaid>
 021 4112743

In cautarea unui mediu favorabil de dezvoltare si testare software, Republica Moldova se evidentiaza ca o destinatie extrem de atractiva. Avantajele competitive ale tarii precum proximitatea geografica atat fata de tarile CIS, cat si de UE, disponibilitatea unei forte de munca inalt calificate, costurile reduse pentru dezvoltarea afacerii, actualele stimulente guvernamentale, zonele de comert liber si industria IT emergenta califica Republica Moldova ca o destinatie interesanta pentru outsourcing IT.

Va asteptam la acest eveniment pentru a explora oportunitatile de afaceri alaturi de companii IT din Republica Moldova, dar si pentru a afla despre avantajele pentru investitii de tip "green field", discutand cu experti din industrie si autoritatile din Republica Moldova.

Eveniment organizat
 in colaborare cu:



CONFERINȚA MANAGEMENT PERFORMANT ÎN INSTITUȚIILE MEDICALE DIN ROMÂNIA

26 - 28 SEPTEMBRIE 2012
HOTEL INTERCONTINENTAL
BUCUREȘTI

16 sesiuni de prezentare | 12 vorbitori
4 reprezentanți ai Partenerilor Strategici
3 paneluri de discuții

Workshop 28 septembrie

Friday Night at the ER[®]
Workshop oferit de către The KPI Institute, sponsorizat de către PaginaMedicala.ro

Piața de **Data Center**



În pregătirea suplimentului Data Center, pe care Market Watch îl va edita la începutul lunii octombrie, am făcut o analiză generală a pieței de profil și a evoluției acesteia în ultimul an. Rezultatele nu sunt spectaculoase, chiar dacă multe persoane din industrie se așteptau la un împrumut de notorietate și interes din partea Cloud Computing. Piața a înregistrat o creștere importantă la nivel de servicii, dar una nesemnificativă la nivel de spațiu. Evident, analiza Market Watch este una calitativă și nu cantitativă, lăsăm cifrele instituțiilor și companiilor abilitate.

Creșterea volumului de servicii contractate s-a datorat, pe de o parte, exploziei de proiecte online (inclusiv SaaS) importante, care necesită hosting, dar și mutarea infrastructurii IT (producție, back-up, disaster-recovery) a unor companii mari, din sediile proprii în centre de date publice. Complementar, conceptul IaaS (Infrastructură ca Serviciu) tinde să se maturizeze și, implicit, să fie găsit în portofoliul a tot mai mulți furnizori locali. Totodată, prețurile serviciilor de hosting au scăzut, cel puțin în cazul configurațiilor standard.

La nivel de spațiu, piața a crescut nesemnificativ, iar din discuțiile avute cu furnizorii de infrastructură pentru centrele de date reiese că cel puțin 2-3 proiecte importante au fost abandonate sau amânate. Facilitățile deja existente nu au fost extinse, însă au fost derulate mai multe investiții în modernizare, cu precădere la nivel electrotehnic. Furnizorii prezenți pe piață și-au crescut business-ul în ultimul an pe disponibilitatea de spațiu deja existentă, iar pe viitor mizează pe trecerea la high density (peste 14 kw/rack), chiar dacă cerințele de această natură sunt încă puține. Ca spațiu disponibil, piața ar putea crește prin deschiderea către terți a unor centre de date deținute și utilizate, până în prezent, exclusiv pentru cerințe interne de către unele companii mari.

Perspectivile sunt similare, iar discuțiile avute nu au dus la identificarea unor proiecte de anvergură. A existat excepția unui furnizor extern, care vede utilitatea pe piața locală a unui centru de date foarte mare (de circa 3.000 mp), însă doar dacă evoluția cererii va fi accelerată, planurile fiind creionate doar teoretic. Pentru anul viitor, vom vedea tatonări la nivel de prețuri, o rafinare a ofertei disponibile, scăderea importanței a hostingului și orientarea furnizorilor către servicii cu valoare adăugată: monitorizare, administrare etc. pentru exploatarea la maxim a facilităților deja existente.

Gabriel Vasile



Cloud Computing/Data Center

26



Cercetare/Proiecte educaționale

28



Mobilitate

38



Cover Story

6

Infineon Technologies, 7 ani de excelență în România

Managerial Tools

Project Management

10

Analiza SWOT în Project Management

Opinia consultantului

13

Provocarea implementării proiectelor IT cu finanțare europeană

Business Solutions

Business Analytics

16

Raportare versus Analiză, o falsă problemă

Backup Deduplicare

18

Strategii de backup pentru IMM-uri

Printing & Imaging

20

Cât de scump costă un cartuș ieftin?



16



26



38



35



44

Interviuri

6 **Dr. Jihad Haidar**, Vicepreședinte și Director General
Infineon Technologies România

22 **Dana Samson**, Research Analyst IDC România

28 **Simona Tănase**, manager proiect
Comunitatea Virtuală Interuniversitară

Cloud Computing

Virtualizare

24

De ce câștigă teren virtualizarea serverelor?

Data Center

26

Criterii în alegerea furnizorului de servicii de colocare

Cercetare

Proiecte educaționale

28

Proiectele științifice din centrele de cercetare vor fi puse în valoare de Comunitatea Virtuală Interuniversitară

Tehnologii

generice esențiale

30

Sinteza chimică a materialelor avansate: de la cercetarea fundamentală la nișele de piață

Optică cuantică

32

„Central European Workshop on Quantum Optics” (CEWQO-2012)

Materiale avansate

33

Măsurători de unghi de contact: aplicații la suprafețe rugoase/funcționalizate

Investiții**34**

Centru de cercetare privat în Joița

Company Focus**35**

Anritsu Solutions își extinde departamentul de cercetare pe plan local

41

Asseco SEE devine primul F5 Silver Partner în România

Mobilitate**36**

Delegarea autorității către angajații mobili și transformarea companiilor cu ajutorul soluțiilor pentru mobilitate

38

Piața aplicațiilor mobile profesionale ia amploare

Lumea Geospațială**42**

Informatizarea geospațială a urbanismului – eficient și pe etape

Industry Watch**44**

Unde sunt evenimentele de altădată?

Femei în tehnologie**48**

Politica de angajare a femeilor în industria IT&C locală

50

Internet & Mobile World deschide evenimentele IT&C de toamnă

Editor: Fin WATCH

Aleea Negru Vodă nr. 6, bl. C3, sc. 3
 parter, 030775, sector 3, București
 Tel.: 021.321.61.23; Fax: 021.321.61.30;
 redactie@finwatch.ro
 www.marketwatch.ro
 P.O. Box 4-124, 030775

Director General FIN WATCH:

Călin.Mărcușanu@finwatch.ro

PUBLISHER MARKET WATCH:

Gabriel.Vasile@finwatch.ro

Redacția:

Redactor-șef: Radu.Ghițulescu@marketwatch.ro
 Redactori: Luiza.Sandu@marketwatch.ro
Consultanți: Valentina.Neacsu@itex.ro
 Flvan@totalsoft.ro

Publicitate:

Director: Alexandru.Batali@finwatch.ro

Art Director: Cristian Simion**Foto:** Septimiu Șlicaru (tslicaru@yahoo.com)**Abonamente:** redactie@finwatch.ro**Distribuție:**

Director: Elena Corneanu
 Sorin Părvu

Tipar: Tipografia REAL**Data închiderii ediției:**

15 septembrie 2012

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.**

**Copertă**

Dr. Jihad Haidar,
 Vicepreședinte
 și Director General
 Infineon Technologies
 România



Infineon

ani de exce

Anul 2012 marchează pentru Infineon Technologies șapte ani de excelență pe piața din România. Cu un nou director general la conducere, dr. Jihad Haidar, Infineon Technologies România își propune ca obiective principale să-și mențină partenerii de business mulțumiți, precum și angajații motivați, oamenii fiind activul cel mai de preț al centrului de cercetare și dezvoltare de la București.

■ Luiza Sandu

Ați preluat de la începutul anului conducerea Infineon Technologies România. Care a fost parcursul dumneavoastră profesional în cadrul companiei?

Compania a fost înființată în aprilie 2005, iar în 2006 a fost inaugurată oficial locația în care ne aflăm în prezent, Novo Park. Eu m-am alăturat companiei în ianuarie 2009. Am condus divizia „Chip Card and Security” și am participat la scrierea istoriei companiei începând cu acel an. În iunie 2010 am aniversat cinci ani de activitate, perioadă în care compania a crescut în mod constant, în prezent având mai mult de 250 de ingineri români. Îmi plac Ro-

mânia și viața în București, care este un oraș foarte dinamic, cu o populație foarte tânără. Ca, de altfel, și media de vârstă a angajaților noștri. Mai mult de 60% din ei au mai puțin de 35 de ani.

Care sunt obiectivele cele mai importante pe care doriți să le atingeți pe perioada mandatului?

Înainte de a răspunde direct este bine să știți că Infineon Technologies este structurată în patru divizii: Automotive, Chip Card and Security, Industrial Power Con-

Pentru a avea o afacere sustenabilă este important să ne menținem partenerii de business mulțumiți, precum și angajații motivați. Acestea sunt principalele obiective ale mandatului meu.

trol și Power Management & Multimarket. Primele două divizii au echipe în cadrul centrului de cercetare și dezvoltare de la București, acestea câștigând în timp încrederea diviziilor la nivel central, datorită calității execuțiilor și competențelor acumulate de ingineri. Noi trebuie să păstrăm această direcție, pentru că numai astfel ne putem menține pe termen lung printre cele mai mari centre de cercetare și dezvoltare ale Infineon din Europa.

Cred că angajații noștri înțeleg foarte bine asta, iar adesea mediul de lucru într-un centru de cercetare și dezvoltare este mult mai relaxat, ceea ce reprezintă un element atractiv în perspectiva construirii unei cariere în R&D.

Pentru a avea o afacere sustenabilă este

important să ne menținem partenerii de business mulțumiți, precum și angajații motivați. Acestea sunt principalele obiective ale mandatului meu și depunem toate eforturile pentru crearea unui mediu de lucru care să genereze idei „out of the box”.

După 7 ani de existență, care sunt valorile cele mai importante cu care Infineon Technologies România se poate mândri?

Răspund fără ezitare că, pentru Infineon România, care este un centru de cercetare și dezvoltare, cel mai important activ e reprezentat de oamenii care lucrează în companie. Bineînțeles, există și echipamentele din laboratoare, dar principala noastră resursă este resursa umană. În ultimii ani am recrutat mulți ingineri, care s-au maturizat din ce în ce mai mult, alături de ingineri care lucrează împreună cu noi încă de la înființarea companiei, iar noi trebuie să ne asigurăm că îi menținem la același nivel.

Misiunea noastră, de când Infineon a decis să înființeze la București un centru de cercetare și dezvoltare, este să creăm produsele pe care compania intenționează să le lanseze pe piață și să aducem valoare adăugată prin inovare. Aceste două lucruri sunt ceea ce clienții și partenerii de business la nivel global așteaptă să facă un centru de cercetare și dezvoltare.

Inovarea este deci unul dintre principalii vectori de dezvoltare ai companiei. Care sunt cele mai importante inovații realizate de Infineon România?

Aș dori să definesc ce înseamnă inovația pentru Infineon. Poate că oamenii cred că inovația înseamnă să creezi ceva complet nou. Dimpotrivă, inovarea înseamnă orice

Technologies, lentă în România

idee care poate îmbunătăți un proces, un dispozitiv și care aduce apoi beneficii financiare companiei. Fiecare inginer din companie care își face treaba de zi cu zi contribuie la procesul de inovare, prin astfel de mici îmbunătățiri, care ne permit să obținem beneficii financiare. Când aceste îmbunătățiri sunt suficient de mari și justifică obținerea unui patent, atunci aplicăm pentru unul. La nivel mondial, Infineon deține mai mult de 16.000 de patente, iar Infineon România a avut, de asemenea, o contribuție în ultimii ani la acest proces, adăugând până la 10 patente. Pentru un centru de cercetare și dezvoltare atât de tânăr, acesta este un număr perfect rezonabil. Nu aș vrea să intru în detalii, pentru că ar fi vorba de elemente tehnice, însă producerea de patente este unul din indicatorii noștri cheie de performanță. Compania monitorizează numărul patentelor care este generat de echipe și suntem recompensați pentru ele.

Există voci în piață care afirmă că sistemul de învățământ românesc nu mai produce resursa umană calificată de care companiile au într-adevăr nevoie. Cum veți reuși să atrageți sau să formați resurse umane înalt calificate pentru a vă atinge obiectivele?

După Revoluție, România a fost nevoită să facă față unor provocări diverse și, printre acestea, s-a aflat și aceea legată de finanțarea sistemului de învățământ universitar, care nu s-a numărat printre priorități. Astfel, sistemul de învățământ nu s-a sincronizat cu schimbările care au avut loc. De asemenea, a existat și problema creării unui mediu atractiv pentru profesori și încurajării lor pentru a-și construi o carieră în domeniul academic.



Dr. Jihad Haidar, Vicepreședinte
și Director General Infineon
Technologies România

Eu nu ader la ideea conform căreia sistemul nu mai produce tineri suficient pregătiți. În realitate, noi încă primim în companie studenți care atunci când sunt recrutați demonstrează un nivel foarte bun de cunoștințe și pregătire. Deci nu ar trebui să generalizăm. În ceea ce privește zona microelectronicii și, într-o oarecare măsură ingineria per ansamblu, tinerii nu sunt foarte entuziasmați să aibă o carieră în ingineria high-tech, mai ales dacă este vorba de microelectronică. Într-adevăr, sunt din ce în ce mai puțini tineri dispuși să lucreze în acest domeniu, precum și studenți doritori să urmeze facultăți cu acest profil. Însă, în momentul de față, găsim tineri dispuși să lucreze în acest domeniu și care sunt buni în ceea ce fac.

Unul dintre motivele pentru care compania Infineon este prezentă în România constă în existența unor oameni calificați, care dețin abilități și competențe în domeniile pe care ni le dorim. Așadar, sistemul a fost capabil să producă ingineri cu abilitățile și competențele necesare. Mai mult decât atât, există foarte mulți ingineri români remarcabili, care lucrează peste hotare, excelează în munca lor și dovedesc încă o dată faptul că sistemul poate produce resursă umană calificată.

Intenționați să extindeți echipa de ingineri?

Am ajuns la 300 de ingineri în perioadele de vârf. Criza globală din prezent conduce la o mai mare precauție, mai ales în Europa. Nu avem planuri de a mări numărul angajaților în viitorul imediat. Cu toate acestea, Infineon și-a propus să crească cu 10% pe termen mediu, creștere care se va datora și activității centrului din România. În acest context, pentru a pregăti o eventuală

creștere a numărului de angajați, ne-am extins spațiul de birouri și laboratoare.

Câte femei lucrează în centrul R&D din București?

Infineon acordă o atenție deosebită diversității de gen. Compania derulează un program ambițios în Germania pentru a îmbunătăți procentul femeilor care lucrează în acest domeniu, dar și pentru a ne asigura că avem femei și în posturi de conducere. Vedem mai multe femei în poziții de conducere în România, în general, comparativ cu alte țări, de aceea nu am inițiat încă un program pe plan local în această direcție. În centrul din România procentul femeilor este de 14%. În poziții de conducere, în echipa de management și printre responsabili de departamente avem două doamne dintr-un grup de nouă persoane. Am dori ca numărul să fie mai mare, dar dezvoltarea liderilor necesită timp. Nu cred în discriminarea pozitivă. Cred că, dacă cineva merită să obțină o funcție, nu ar trebui să conteze dacă e femeie sau bărbat.

Ce colaborări aveți cu universitățile de profil pentru a reuși revitalizarea pieței competențelor tehnice?

În ultimii douăzeci de ani, sistemul de predare nu a avut un focus pe microelectronică. Ceea ce lipsește este probabil o abordare practică, însă acest aspect necesită o investiție majoră din partea universităților, și aici putem ajuta noi.

Încercăm să susținem sistemul de învățământ, pentru a-l ajuta să devină mai aplicat, dar în nici un caz sistemul nu se află într-o stare chiar atât de rea cum se crede, dovada fiind că în domeniul high-tech rata

șomajului este foarte mică.

În cadrul Infineon Technologies România am pus la punct un plan de măsuri în acest sens și colaborăm activ cu universitățile tehnice din București, Iași și Cluj-Napoca. De exemplu, am finanțat înființarea unor laboratoare atât în cadrul Universității „Gheorghe Asachi” din Iași, cât și în cadrul Universității Politehnica București, și ingineri din Infineon, atât din țară, cât și din străinătate, susțin cursuri sau desfășoară activități de laborator în cadrul masteratelor în domeniul microelectronicii. De asemenea, în cadrul unui alt program pe care îl desfășurăm în prezent împreună cu universitățile, studenții au posibilitatea nu numai de a învăța teoretic cum se fac lucrurile, ci și practic: pot fabrica cipurile împreună cu profesorii lor și apoi le pot chiar testa.

În plus, am cofinanțat un proiect în domeniul senzorilor, împreună cu Universitatea Politehnica București, și ne gândim în mod serios la posibilitatea de a sprijini pe termen lung catedra de microelectronică din cadrul acestei universități. Un alt program pe care îl derulăm pune la dispoziția universităților cipuri sau microcontrolere.

Ce rezultate concrete există în cadrul celor două divizii funcționale în România?

În cadrul Infineon, creăm produse care se adresează pieței globale. Divizia „Chip Card and Security” dezvoltă ceea ce numim microcontrolere securizate, cipuri din siliciu care ajung într-un card de credit, într-o cartelă SIM pentru telefon, în noua generație de pașapoarte biometrice sau în cardurile de sănătate. De asemenea, numărul de cipuri din mașini este în creștere, existând, de exemplu, cipuri care monitorizează presiunea din cauciucuri



Boardul și managementul local al Infineon Technologies România, la aniversarea de 5 ani a companiei, iunie 2010.

Infineon Technologies România în cifre

- La nivel global, Infineon are peste 26.500 de angajați
- Compania generează în jur de 4 miliarde de euro pe an și deține 20 de centre de cercetare și dezvoltare la nivel global
- Infineon Technologies România este printre cele mai mari centre de cercetare și dezvoltare din Europa
- În perioadele de vârf, la Infineon Technologies România lucrează în jur de 300 de ingineri, 20% din aceștia fiind studenți
- De la înființare și până în prezent, Infineon Technologies România a investit anual, în medie, aproximativ 1,5 milioane de euro numai în echipamente
- Suprafața Infineon Technologies România este de peste 5.000 de m², din care 700 m² sunt ocupați de laboratoare

sau cipuri care asigură confortul pasagerilor, reglând temperatura scaunelor etc. În ceea ce privește zona Automotive, România are o industrie auto puternică, existând actori importanți pe această piață și încercăm să ne întâlnim pentru a vedea ce putem face împreună. Dacă există posibilitatea de a ne uni cu toții eforturile pentru a ne concentra într-o inițiativă în această direcție, nu am ezita.

Ați reușit să atrageți organizarea la București a Conferinței Europene de Semiconductori, prin care, anul viitor, veți pune în valoare potențialul industriei de semiconductori din România. Prin ce argumente ați convins comitetul de organizare al conferinței că Bucureștiul este gazda potrivită?

Faptul că Bucureștiul a fost ales să găzduiască European Solid-State Device Research Conference (ESSDERC) și European Solid-State Circuits Conference (ESSCIRC) în septembrie 2013 este, din punctul meu de vedere, o oportunitate foarte bună pentru România și pentru industria semiconductoarelor și cercetarea din acest domeniu de a utiliza această platformă și de a atrage atenția

altora asupra a ceea ce se întâmplă aici. Persoana care a jucat un rol major în selecția României drept gazdă este Michael Neuhaeuser, fostul director general al Infineon Technologies România. Ne-am bazat pe următoarele argumente: avem în România instituții academice și cercetători recunoscuți în cercetarea semiconductoarelor și defășurăm cercetare și dezvoltare avansate în cadrul companiei noastre. Aceste două elemente au fost suficiente pentru a convinge comitetul de organizare, dar în același timp reprezintă un mesaj clar de impulsare adresat industriei și mediului academic din România. Cred că va fi un eveniment deosebit de important, care va aduce mai multă vizibilitate pieței locale.

Cum este structurată conferința?

Împreună cu partenerii noștri (Politehnica din București, organizator principal, Universitatea Tehnică „Gheorghe Asachi” din Iași și Institutul Național de Microtehnologie București) am finalizat selecția agenților care se vor ocupa de logistica conferinței. Aceasta se va desfășura la Hotelul Marriott în septembrie 2013 și va reuni în jur de 600 de cercetători în domeniul semiconductoarelor din toată lumea.

Conferința propriu-zisă va dura trei zile, dar înaintea ei vor fi organizate sesiuni de tutoriale, ceea ce înseamnă că întregul eveniment se va desfășura timp de o aproape o săptămână. Conferința cuprinde sesiuni plenare și sesiuni paralele pe diferite subiecte, derivate din tema principală care este cercetarea în semiconductori.

În prezent, suntem încă în etapa de identificare a vorbitorilor invitați pentru sesiunile plenare și cred că peste șase luni vom avea un tablou de ansamblu și vom ști cu siguranță lista invitaților.

De asemenea, există posibilitatea ca la această conferință să participe chiar CEO-ul Infineon, iar acest lucru reflectă importanța pe care o acordă Infineon pentru ca această conferință să fie un succes.

Cum a fost anul 2012 pentru Infineon România?

În 2012, Infineon România are un nou director general, un nou director de resurse umane și tot în 2012 ne-am concentrat foarte mult pe dezvoltarea de leadership în companie. Am lucrat și înainte în această direcție, dar acum acesta este un proiect

pe care îl considerăm prioritar pentru a dezvolta leadershipul local. De asemenea, avem programe de peer coaching pentru a sprijini inginerii care au preluat sau vor prelua în viitor responsabilități de leadership în cadrul companiei.

Care credeți că sunt principalele puncte tari ale companiei care pot consolida poziția centrului în România?

Infineon răspunde celor trei mari provocări ale societății moderne în ansamblul ei: eficiența energetică, mobilitatea și securitatea. În centrul de aici avem competențe care răspund acestor tendințe, iar compania noastră este decisă să mențină această direcție. Principalele elemente pentru dezvoltarea companiei pe termen lung sunt, în opinia mea, expertiza tehnică, pentru a veni cu soluții la problemele pe care le întâmpinăm, și un leadership de calitate, pentru a crea un mediu de lucru în care inginerii să-și facă meseria și să fie ajutați să crească.



Imagini din laboratoarele Infineon Technologies România

Analiza în Project Man

SWOT este un acronim pentru Strengths (puncte tari), Weaknesses (puncte slabe), Opportunities (oportunități) și Threats (amenințări). Reprezintă nu numai o metodă folosită în controlul planificării și riscului, ci și o modalitate de a scoate în evidență zone ale proiectului care pot fi maximizate în beneficiul întregului proiect sau zone specifice de unde se pot obține avantaje competiționale.

■ Luiza Sandu

Acest tip de analiză este utilizat atât pentru a evalua anumite activități din cadrul proiectului, optimizându-le potențialul, cât și riscurile, pentru a decide care este cea mai potrivită modalitate de minimizare a acelor riscuri.

Analiza SWOT se realizează, în general, în prima fază a proiectului, astfel încât elementele de analiză pot alcătui baza planului de proiect și pot fi folosite ulterior în cadrul proiectului, dacă acesta întâmpină dificultăți în ceea ce privește planificarea, livrabilele sau bugetul alocat și trebuie readus pe linia de plutire. De exemplu, dacă o anumită activitate cheie din cadrul proiectului necesită utilizarea unui software nou, o analiză SWOT poa-

te fi folosită pentru a evalua riscurile și oportunitățile achiziționării software-ului și instruirii personalului, pentru a ajuta la planificarea resurselor.

Realizarea unei analize SWOT

O sesiune de analiză SWOT trebuie întotdeauna să aibă un obiectiv clar și este responsabilitatea managerului de proiect să comunice acel obiectiv către cei prezenți la sesiunea de analiză. În general, o astfel de sesiune trebuie să includă toate părțile interesate, în măsura în care acest lucru este posibil, și principalii membri ai echipei de proiect. Dacă analiza are loc la începutul unui proiect, cel mai probabil obiectivul va consta în identificarea

tuturor activităților necesare și riscurilor potențiale, astfel încât să poată fi conceput un plan de rezervă. Cu toate acestea, dacă o astfel de analiză are loc în cadrul unui proiect aflat în plină desfășurare,

O sesiune de analiză SWOT trebuie întotdeauna să aibă un obiectiv clar și este responsabilitatea managerului de proiect să comunice acel obiectiv.

obiectivul trasat poate consta în reevaluarea bugetului sau a planificării.

Pentru că obiectivele unei analize SWOT pot varia, la fel se întâmplă și cu



SWOT agement

întrebările utilizate pentru a obține informațiile necesare. Din acest motiv, nu există un set standard de întrebări predefinite pe care să le putem folosi în orice situație, însă fiecare sesiune trebuie să conțină o listă de întrebări, formulate înainte de sesiunea propriu-zisă, pentru a vă asigura că participanții nu-și pierd interesul. Din nou, acest lucru intră în responsabilitatea managerului de proiect. În funcție de gradul de urgență cu care trebuie finalizată analiza și demarată etapa de planificare a proiectului, poate fi necesară trimiterea întrebărilor în avans, pentru a oferi participanților ocazia de a aduna informații relevante în prealabil.

Întrebări tipice pentru fiecare segment din analiza SWOT:

Puncte tari

- Dețineți abilitățile necesare în cadrul propriei companii?
- I-a fost alocat proiectului un buget?
- Care sunt beneficiile finalizării proiectului?
- Va necesita proiectul tehnologie sau echipament noi?
- Ce experiență deține echipa de proiect din proiecte similare?

Puncte slabe

- Este disponibilă o estimare solidă a costurilor?
- A alocat compania un buget su-

ficient pentru a acoperi anumite cheltuieli neprevăzute? Care sunt dezavantajele proiectului?

- E nevoie ca anumite părți din proiect să fie externalizate?
- Este realistă planificarea propusă?

Oportunități

- Poate fi implementat un proiect local la nivel național sau internațional?
- Care sunt punctele slabe ale competitorilor, dacă acestea există?
- Care sunt tendințele actuale din industria în care activați?
- Există dezvoltări tehnologice noi sau în curs de apariție?

Amenințări

- Există deja pe piață o competiție bine încheată?
- E dificilă înlocuirea personalului cu experiență?
- A fost noua tehnologie testată corespunzător?
- Ar putea situația economică națională sau mondială să afecteze proiectul?

Lista întrebărilor folosite într-o analiză SWOT poate fi, evident, mult mai lungă decât cea de mai sus, care reprezintă baza, însă folosirea acesteia în propriul proiect va reprezenta cu siguranță un bun punct de plecare. Realizarea unei analize SWOT temeinice la începutul sau în oricare altă etapă a unui proiect vă poate oferi informații detaliate care să vă ajute în procesele de planificare și luare a deciziilor din cadrul unui proiect. ■

**CURS DESCHIS DE
VANZARI PENTRU IT**
disponibil in fiecare luna

SALES @Work

Adauga la pasiunea si
entuziasmul pentru tehnologie
metode si tehnici avansate de
vanzari specifice domeniului IT

*Cauta urmatorul curs open pe
www.salesprocess.ro*

Inscrieri la

Email: training@axioma.ro
Telefon: 031 425 38 84 | 031 425 38 87



Axioma Solutions

Bucuresti, Bd Iuliu Maniu Nr 7, Corp U, Etaj 4
www.salesprocess.ro

Provocarea proiectelor IT cu



Cătălin
Hristea,
Director general
PMSolutions

Am abordat de mai multe ori în cadrul acestei rubrici subiectul proiectelor cu finanțare europeană, atât din perspectiva beneficiilor unei astfel de alternative de finanțare, cât și din perspectiva dificultăților cu care un astfel de proiect se poate confrunta. Anterior înființării Ministerului Afacerilor Europene, am prezentat câteva dintre problemele cu care acest sector se confruntă și am avansat câteva posibile soluții, de ordin administrativ, pentru optimizarea accesării fondurilor europene. Analizând evoluția acestui sector în ultimul an, am identificat mai multe motive de îngrijorare decât de optimism, întrucât situația în domeniul accesării fondurilor europene a continuat să se degradeze.

In acest context general, completat de experiențele personale pe care le-am avut în cadrul derulării a mai mult de 15 proiecte IT cu finanțare europeană în ultimii 3 ani, am considerat utilă o trecere în revistă a câtorva aspecte cu care m-am confruntat în proiectele în care am fost implicat, aspecte care în unele cazuri au mers până la rezilierea contractelor de finanțare.

În condițiile în care criza economică este în plin apogeu și afectează în mod evident inclusiv industria IT prin reducerea dramatică a numărului de proiecte care se lansează, competiția pentru câștigarea acestor proiecte într-un domeniu și așa extrem de competitiv a devenit extremă și, în multe cazuri, afectează semnificativ derularea proiectelor, mergând până la anularea acestora, din motive pe care le voi prezenta în continuare.

Calendar nerealist de implementare

Majoritatea proiectelor pe care le-am analizat suferă din cauza calendarelor de implementare nerealiste. Există două categorii de activități a căror subestimare poate cauza probleme majore de implementare:

1. Achizițiile publice – mă refer aici la pregătirea și derularea procedurilor de achiziție în urma cărora se selectează furnizorii care vor realiza implementarea efectivă a proiectului. Toți beneficiarii cu care am lucrat în ultimii ani au subestimat semnificativ durata procedurilor de achiziție publică, unii din necunoaștere, alții cu intenție. În cadrul unor programe finanțate, în primul apel de proiecte s-a utilizat un criteriu de punctaj care evalua termenul de timp în care beneficiarul se angaja să lanseze procedurile de achiziții – ceea ce a dus la o „întrecere” între beneficiari în direcția asumării unor termene nerealiste, în speranța obținerii unui punctaj care să

garanteze câștigarea finanțării dorite. Am văzut astfel proiecte în care s-a asumat demararea procedurilor în termen de mai puțin de o săptămână de la momentul semnării contractelor de finanțare – promisiuni evidente nerespectate, atât din motive datorate beneficiarilor (procedurile administrative aferente demarării unei proceduri de achiziție publică într-o instituție bugetară durează cel puțin două săptămâni), cât și finanțatorului (contracte de finanțare primite de beneficiari la o lună după momentul la care au fost semnate de fapt și deci demararea proiectului cu întârziere de o lună). Schimbarea procedurilor de achiziție publică între momentul scrierii cererii de finanțare și momentul semnării contractului de finanțare (de exemplu implicarea ANRMAP în verificarea documentațiilor de achiziție înainte de publicarea lor în SEAP) au provocat întârzieri majore în calendarele de implementare ale multor proiecte. În unele situații, avizarea ANRMAP a depășit cu peste o lună termenul legal de 14 zile pe care această instituție îl are la dispoziție pentru avizarea documentației. Un calcul realist pe care l-am realizat împreună cu un beneficiar dintr-unul din ministerele mari a reliefat faptul că, din momentul finalizării documentației de atribuire, este necesară o perioadă de cel puțin 4 luni pentru adjudecarea unei proceduri de atribuire într-o astfel de instituție, în condițiile în care nu există nicio contestație sau suspendare/întârziere a procedurii.

2. Activitățile tehnice – prin aceasta înțelegând activitățile de implementare tehnică a sistemului informatic respectiv. În multe situații, în general dintr-un optimism exagerat sau pur și simplu din lipsă de experiență, beneficiarul a subestimat perioada de timp necesară pentru implementarea sistemului informatic dorit și și-a asumat termene care se dovedesc imposibil de respectat. Efectele unei astfel de situații sunt multiple. Astfel, în unele cazuri pro-

implementării finanțare europeană

iectul este declarat finalizat înainte de a fi finalizat în mod real, din dorința de a respecta calendarul de implementare din contractul de finanțare. În cazul unui control pe teren, o raportare incorectă a finalizării implementării sau a atingerii indicatorilor proiectului poate duce însă la corecții financiare substanțiale și poate avea inclusiv urmări penale. În alte cazuri, furnizorii sunt presăși de termenele nerealiste și fac rabat la calitate, pentru a se putea încadra în termenele contractuale. Am văzut situații în care, din cauza întârzierilor acumulate în etapele anterioare implementării (de exemplu, întârzieri substanțiale în etapele de achiziție), proiecte care trebuiau să fie implementate în 12 luni au trebuit implementate în mai puțin de două luni, furnizorul fiind silit să accepte o astfel de abordare absurdă – alternativa fiind rezilierea contractului de finanțare și, implicit, a contractului furnizorului.

Indicatori de rezultat nerealisti

Tot din dorința de a câștiga un punctaj cât mai mare și de a „impresiona” evaluatorii proiectelor, mulți beneficiari au plusat excesiv atunci când au propus indicatorii de rezultat ai proiectelor și, ulterior finalizării proiectelor, se găsesc acum în situația de a nu putea demonstra atingerea indicatorilor pe care și i-au asumat – iar urmărirea și raportarea indicatorilor de rezultat se realizează pe întreaga perioadă de 5 ani de asigurare a durabilității proiectului. Neatingerea indicatorilor de rezultat are ca efect aplicarea unor corecții financiare direct proporționale cu gradul de neatingere a indicatorilor proiectului.

Achiziții publice viciate

Acesta este un subiect vast, a cărui tratare exhaustivă poate ocupa cu ușurință întreg spațiul alocat acestei rubrici a revistei, pe durata unui întreg an... Subiectul

achizițiilor publice este însă unul foarte mediatizat, astfel încât voi enumera doar câteva tipuri de aspecte care pot influența proiectele cu finanțare europeană: justificarea insuficientă sau eronată a alegerii procedurii de atribuire, cerințe de calificare (eligibilitate, capacitate tehnico-economică) exagerate și care pot fi considerate ulterior restrictive, criterii de evaluare subiective, cerințe tehnice restrictive și care orientează procedura de atribuire

Tratați cu seriozitate implementarea unui proiect pentru care ați primit finanțare nerambursabilă.

către o anumită soluție sau furnizor (există și situații în care indicarea unei anumite soluții sau tehnologii este permisă, însă aceste situații trebuie bine argumentate și justificate), evaluare eronată/subiectivă a ofertelor, atribuirea în favoarea unei oferte care nu respectă cerințele minimale ale documentației de atribuire etc.

Mă voi opri asupra a două aspecte legate de achizițiile publice, pentru că ele au început să aibă un caracter de regulă și, în opinia mea, afectează în mod semnificativ atât derularea procedurilor de atribuire, cât și implementarea ulterioară a proiectelor și chiar piața IT în general.

1. Cerințe nejustificate cu privire la experiența similară a ofertanților și la profilul experților. Restricționarea accesului competitiv la unele proceduri de atribuire este încă un fenomen des întâlnit, prin abuzul care se face la definirea experienței „similare” solicitate.

În multe situații, experiența similară se transformă în experiență „identică”, ceea ce este, în mod evident, restrictiv, pentru că limitează accesul la o procedură de atribuire pentru companiile care nu au mai executat cel puțin o dată

un proiect identic. În cadrul licitațiilor pentru proiecte de consultanță am întâlnit frecvent această abordare incorectă, deoarece o companie care demonstrează experiență generală în domeniul serviciilor de consultanță și care demonstrează și că deține experți care au mai executat sarcini similare cu cele solicitate are toate calitățile pentru a executa cu succes un contract, chiar dacă este primul contract de acel fel pe care îl execută – în acest caz, experiența experților este mult mai relevantă decât cea a companiei care îi angajează pentru un anumit proiect.

În alte situații, profilele experților solicitați sunt „croite” special pentru a se potrivi mai bine unor experți „agreați”, care astfel devin diferențiatori critici pentru un anumit ofertant. O practică care a evoluat până la un nivel absurd este cea a utilizării unor cerințe extravagante cu privire la certificările și colecția de diplome pe care un expert trebuie să le posede pentru a fi considerat capabil să își îndeplinească rolul în proiect. Firmele au investit astfel în oameni pe care i-au trimis la cursuri de instruire dintre cele mai diverse, în dorința de a colecta cât mai multe diplome (și din domenii cât mai diferite), care să poată crea un avantaj competitiv în cadrul unor proiecte viitoare.

Restricțiile impuse recent de ANRMAP cu privire la factorii de selecție au redus semnificativ aceste practici, însă ele continuă să existe. Ceea ce toți beneficiarii de fonduri nerambursabile trebuie însă să rețină este că:

- o procedură de achiziție astfel viciată, chiar dacă a trecut inițial de filtrul ANRMAP și nu a fost nici contestată, are șanse maxime să fie considerată ca fiind restrictivă la momentul analizării cererilor de rambursare a cheltuielilor care au rezultat în urma respectivei achiziții și să fie supusă corecțiilor financiare (toate dosarele de achiziție sunt verificate de Autoritățile de management, direct sau prin contracte



cu experți externi și fac, de asemenea, obiectul auditurilor Comisiei Europene);

- o procedură de achiziție care conține astfel de cerințe restrictive poate fi ușor contestată de potențiali participanți care se consideră discriminați, ceea ce generează întârzieri sau chiar anularea procedurii, ceea ce poate periclita întregul proiect și poate duce la rezilierea contractului de finanțare. De asemenea, chiar și în cazul în care contestațiile, din diferite motive, sunt ulterior retrase, ele vor constitui un semnal de alarmă important pentru declanșarea unor controale viitoare;

- un potențial ofertant care se consideră lezată în dreptul său de a participa la o procedură de achiziție arbitrar restricționată prin utilizarea unor cerințe restrictive poate oricând transmite, anonim, o sesizare de neregulă direct la Autoritatea de Management sau la instituția finanțatoare, ceea ce va declanșa automat o procedură de verificare ce poate duce la corecții financiare sau chiar la retragerea finanțării nerambursabile.

2. Prețuri nesustenabile – reducerea semnificativă a numărului de proiecte disponibile, competiția pentru supraviețuire a firmelor din domeniul IT într-un climat de criză economică și politică, dar și presiunea prețului pe care achizitorii o impun prin stabilirea unor ponderi excesive (mergând în mod frecvent până la 100%) a componentei financiare a unei oferte, în detrimentul componentei tehnice, au dus la o erodare continuă a bugetelor proiecte-

lor și a marjelor de profit ale companiilor. Atribuirea proiectelor la valori de 50% din bugetele inițiale a devenit o practică frecventă și am întâlnit personal cazuri de oferte financiare sub 10% din bugetele alocate și estimate inițial. Efectele pe care astfel de practici le au asupra pieței sunt profund negative pe termen lung, întrucât furnizorii intră într-o competiție a prețurilor absurde care, pe termen scurt, se răsfărge asupra beneficiarilor (furnizorii nu sunt capabili să implementeze proiectele la prețurile oferite și reduc semnificativ calitatea serviciilor prestate, profitând și de prevederile vagi ale caietelor de sarcini elaborate de către beneficiari), iar pe termen lung va duce, inevitabil, la dispariția furnizorilor care avansează astfel de prețuri nesustenabile, prin erodarea continuă a marjelor de profit. Comisiile de evaluare au aici un rol fundamental, întrucât sarcina lor nu este numai să îndeplinească formalitatea solicitării justificării prețurilor care se situează sub pragul de 85% din bugetul estimat, ci și să verifice cu responsabilitate răspunsurile și justificările (de multe ori formale și ele) prezentate de furnizori.

Lipsa sustenabilității financiare a cash-flow-ului proiectului

Criza financiară, rezultatele negative ale auditurilor realizate la nivelul autorităților de management – care au dus la oprirea temporară a plăților pentru

anumite programe operaționale –, dar și lipsa personalului responsabil cu monitorizarea financiară a proiectelor la nivelul Autorităților de Management sau a Organismelor de implementare au dus la întârzieri majore de rambursare a cheltuielilor eligibile realizate în cadrul proiectelor. M-am confruntat personal cu întârzieri de peste 12 luni la onorarea cererilor de rambursare transmise în cadrul unor proiecte, ceea ce a pus o presiune semnificativă pe anumiți beneficiari. Chiar dacă toți beneficiarii finanțărilor nerambursabile își asumă susținerea financiară integrală a proiectului până la momentul rambursării cheltuielilor eligibile, mulți își programează în realitate numai o parte din banii necesari, bazându-se pe utilizarea sumelor care le vor fi rambursate pe perioada implementării proiectului. Un cash-flow de proiect astfel construit este însă sustenabil numai în cazul în care rambursarea cheltuielilor realizate se face la timp de către Autoritatea de Management. Afecțati de întârzierile semnificative în procesul de rambursare, am întâlnit beneficiari care au stopat implementarea unor proiecte pentru care primiseră finanțare sau care au renunțat la semnarea unor contracte de finanțare noi, pe care le câștigaseră, din cauza dificultăților financiare pe care derularea contractelor de finanțare anterioare le generaseră.

Fără a avea pretenția epuizării subiectului (care, din păcate, este extrem de generos în oferirea de exemple de proastă practică în domeniul implementării proiectelor cu finanțare europeană), mă voi opri la situațiile semnalate mai sus și voi face o ultimă recomandare beneficiarilor de proiecte cu finanțare europeană: tratați cu seriozitate implementarea unui proiect pentru care ați primit finanțare nerambursabilă și nu uitați că un astfel de proiect poate fi auditat de către instituțiile finanțatoare până în anul 2023, 5 ani după închiderea oficială a programului operațional în cadrul căruia proiectul a primit finanțare. Într-o asemenea perioadă de timp, orice conjunctură favorabilă care poate a dus la scrierea proiectului, la aprobarea acestuia sau la atribuirea unor proceduri de achiziție publică se poate schimba în mod semnificativ și poate genera verificări și audituri având ca efect corecții financiare semnificative, pe care Statul va căuta să le recupereze de la cei ale căror acțiuni sau inacțiuni le-au provocat. ■

How to Web 2012, a patra ediție

How To Web continuă seria evenimentelor anuale dedicate inovației și antreprenoriatului în tehnologie cu un nou eveniment ce va conecta antreprenori consacrați și investitori cu antreprenorii aflați la început de drum, în căutarea accesului la o bază de cunoștințe cât mai amplă. Cea de-a patra ediție How To Web - cea mai mare conferință regională de antreprenoriat și tehnologie web din Europa de Sud-Est - va avea loc în zilele de 7 și 8 noiembrie, în București, la Crystal Palace Ballrooms.

„2012 a fost oarecum un an de bilanț și ne-am gândit la modul în care putem crește impactul evenimentului în piața locală. Estimarea exporturilor IT&C românești în 2011 a fost de 0,5 miliarde de dolari. Cum putem să trecem de la servicii la produse? Plecând de la această idee, am creionat altfel structura și agenda evenimentului. Credem că How to web va deveni un ambasador al inovației”, a declarat Bogdan Iordache, CEO How to Web.



Programul Startup Spotlight dedicat inițiativelor antreprenoriale din Europa Centrală și de Sud-Est va avea loc în paralel cu conferința How to Web. Prin acest program, cele mai inovative 32 de startup-uri din regiune vor beneficia de workshopuri dedicate, prezentări publice în timpul conferinței, sesiuni de mentorat și întâlniri individuale cu reprezentanți ai acceleratoarelor și fondurilor de investiții. Startup Spotlight include și o competiție de echipe și proiecte antreprenoriale care va avea premii cash în valoare totală de 20.000 de dolari. Programul și competiția sunt organizate cu sprijinul companiei IXIA, care este partener principal al evenimentului.



ROI 4x4 METHOD

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 subiectivism si discutii contradictorii.

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

Optiunile tale?
Intra pe www.axioma.ro si afla data urmatorului curs open.

Inscrieri pe www.axioma.ro



Până în anul 2020, e-mail-ul va dispărea

Într-un studiu privind impactul tehnologiei asupra sportului, coordonat de Atos, Partenerul Internațional IT al Jocurilor Olimpice, futurologii, specialiștii în domeniul sportiv și experții IT previzionează că rețelele sociale vor schimba radical modul în care comunicăm, facem afaceri, creăm brand-uri, ne facem prieteni sau privim la televizor. „Creșterea popularității rețelelor sociale a făcut ca tinerii să uite de e-mail. Mai mult, comunicarea de afaceri

și schimbul de informații profesionale se face tot prin intermediul platformelor sociale. Până în anul 2020, e-mail-ul va dispărea. Indiferent dacă ești adolescent pasionat de skateboarding sau ministru, comunicarea online se va desfășura printr-o singură interfață. Și dacă acest lucru pare o schimbare majoră, este doar începutul”, avertizează expertul în Social Media Jan Krans, membru al Comunității Științifice din cadrul Atos.



Raportare versus o falsă problemă

Confruntate cu creșterea explozivă a volumelor de date cu care operează și cu necesitatea din ce în ce mai stringentă a luării de decizii de business în timp real, bazate pe informații viabile, companiile încearcă să suplinească golul dintre date și acțiuni, prin înmulțirea constantă a numărului de rapoarte. Soluția corectă este reprezentată însă de aplicațiile dedicate de analiză, care pot oferi informațiile acționabile necesare unui suport decizional real.

■ Radu Ghițulescu

Collectarea, procesarea și diseminarea informațiilor necesare pentru a asigura suportul decizional solicitat de management a devenit în ultimii ani o problemă critică pentru numeroase companii care se confruntă cu o creștere explozivă a volumului de date cu care operează. Investițiile în soluțiile dedicate de tip Business Intelligence și Business Analytics nu sunt însă accesibile mării majorității a companiilor de dimensiuni medii, pentru că, dincolo de efortul investițional considerabil și de intervalul lung de acoperire a investiției, valorificarea optimă a acestei categorii de sisteme presupune dezvoltarea de competențe specifice. Este adevărat, însă, că mulți dintre principalii jucători de pe piața BI (precum IBM, SAS, Oracle, Microsoft, SAP etc.) oferă la

momentul actual „variante simplificate” ale soluțiilor proprii, mult mai accesibile și mai „prietenoase”, care nu presupun un efort financiar și de implementare atât de mare și nici personal specializat. Totodată, există o serie de vendori (QlikTech, Tableau Software, Tibco Software etc.) care oferă aceeași nișă cu soluții dedicate. Aplicații care, chiar dacă nu au capabilitățile extinse și complexitatea platformelor BI (de altfel, unii specialiști le cataloghează drept „produse complementare” soluțiilor de BI), câștigă teren prin modul facil de utilizare, structura modulară, efortul redus de integrare, atuul principal fiind ușurința cu care pot fi vizualizate (descoperite și explorate) datele. De altfel, există și pe piața locală vendori software care au integrat acest tip de soluții dezvoltând o ofertă proprie.

Eliminarea confuziei

Și totuși, reticența în adoptarea unor asemenea soluții persistă în rândul potențialilor clienți. Deși numeroși dintre

aceștia se confruntă frecvent cu situații care îi obligă să conștientizeze nevoia unor instrumente dedicate de colectare, explorare și analiză a datelor.

Dincolo de problema resurselor – financiare și umane – necesare implementării unei soluții de tipul Business Intelligence, a procesului de durată și a perioadei mari de recuperare a investiției există și alte bariere importante. În cazul multor companii, un obstacol important este nu atât cel reprezentat de neînțelegerea naturii problemelor cu care se confruntă, cât cel al ignorării soluțiilor adecvate. Datorată în bună măsură și perpetuării unei confuzii foarte des întâlnite: cea dintre raportare și analiză.

Deși, la prima vedere, sunt evidente diferențele dintre cele două operațiuni, poziționarea forțată a instrumentelor de raportare ca soluții de analiză este un caz destul de frecvent pe piață. Este adevărat, între cele două tipuri de aplicații există o arie de acțiune comună, însă, chiar dacă ambele au ca scop oferirea de „informații acționabile”, care să ofere un suport deci-

Dashboard-ul, un element comun

Alături de rapoartele standard, preconfigurate, instrumentele de raportare oferă posibilitatea creării de alerte (emise automat atunci când anumiți parametri-cheie depășesc valori prestabilite, de obicei KPIs) și rapoarte configurabile. Cele mai utilizate forme de rapoarte personalizabile sunt dashboard-urile, care, combinând date din rapoartele emise automat și KPIs permit monitorizarea performanței pe anumite direcții de business. Dar dashboard-urile sunt utilizate și de soluțiile de analiză, numai că acestea integrează date din mai

multe surse. Primul tip, cel utilizat de instrumentele de raportare, este dashboard-ul operațional, care oferă date statice, care nu indică decât situația la un anumit moment dat și permite companiei doar să monitorizeze și cuantifice performanța pe anumite direcții de business strict delimitate. Dashboard-ul analitic operează cu date cumulate, pe care le utilizează pentru a analiza o anumită problemă și operează cu modele complexe (modele, analize „What if” etc.) pentru a identifica tipare și oportunități.

Analiză,

zional real, rezultatele finale diferă radical. Soluțiile de raportare oferă posibilitatea cuantificării performanțelor realizate anterior lansării operației de raportare. Aplicațiile de analiză au ca obiectiv oferirea de informații care să permită cuantificarea probabilităților unor evenimente viitoare.

Astfel, în timp ce rezultatele generate de soluțiile de raportare sunt dezvoltate, în principal, pe baza rapoartelor „istorice” standard, indicatorilor de performanță (Key Performance Indicators, KPIs), cuburilor de date pentru analize OLAP etc., soluțiile de analiză operează cu modele predictive, forecast-uri, tipare etc.

Instrumentele de raportare ajută o companie să monitorizeze și să măsoare performanța înregistrată de diversele direcții de business pe care le are, prin raportarea la planul de business și obiectivele stabilite



destinatarul rapoartelor.

În cazul multor companii, la acest nivel devine vizibil cel de al doilea factor inhibitor important în adoptarea soluțiilor dedicate de analiză: perpetuarea concepției că, dacă un proces de business

anumite situații. Ori creșterea numărului rapoartelor implică o creștere proporțională a gradului de efort, dar și al riscului de eroare. Cu atât mai mare, cu cât datele cu care operează „analistul” sunt date statice.

Cu ajutorul unei soluții de analiză, factorii decizionali pot interacționa efectiv cu datele, în timp real, transformându-le în informații acționabile. Prin explorare, manipulare, comparații, interpretări se pot identifica modele și tipare, se pot stabili corelații și testa ipoteze de lucru etc.

Este adevărat că odată cu creșterea nivelului de complexitate a procesului de analiză apare, teoretic, o altă problemă – cea a personalului dedicat pentru realizarea acestora. Practica a demonstrat însă că doar în cazul companiilor de dimensiuni mari, care utilizează platforme complexe de BI, postul de „analist” este acoperit de personal specializat. Modul facil de utilizare al noilor generații de aplicații de analiză elimină această problemă pentru companiile de dimensiuni medii, în cazul în care top managementul se implică susținut în adoptarea aplicațiilor. Interfețele grafice de ultimă generație și gradul ridicat de personalizare asigură o „libertate de mișcare” cu rezultate benefice pentru desfășurarea business-ului.

Raportarea și analiza sunt două arii de activitate complementare, care nu se anulează reciproc, fiecare având rolul său bine definit în mecanismele de business ale oricărei companii. De aceea, soluția creșterii numărului de rapoarte nu va reuși niciodată să compenseze beneficiile pe care o soluție de analiză le poate oferi. ■

Un bun instrument de raportare oferă unei companii suportul pentru identificarea întrebărilor corecte pe care trebuie să și le pună. Soluția de analiză este cea care poate da răspunsurile și oferi informațiile acționabile necesare unui suport decizional real.

pentru fiecare divizie în parte. Soluțiile de analiză permit transformarea datelor cu care operează instrumentele de raportare în informații cu aplicabilitate directă, stabilind corelații între diverse tipuri și surse de date pentru identificarea unor tipare și a unor răspunsuri viabile la interogări complexe de tipul: „Ce oportunități pot fi valorificate în următorul interval de timp?“, „Care sunt tendințele în următoarea perioadă?“, „Ce se întâmplă dacă se modifică unul dintre parametrii de business?“, „Care este cea mai bună decizie într-o anumită situație“, „Care sunt cauzele fenomenului identificat în rapoarte?“ etc.

Mai mult decât cifre

Sunt întrebări la care un instrument de raportare nu poate oferi răspunsuri corecte, lăsând decizia pe seama flerului și intuiției factorului decizional care este

poate fi măsurat, întregul business poate fi gestionat eficient doar prin intermediul instrumentelor de raportare. Prin urmare, cu cât mai multe rapoarte cu atât mai bine este condusă afacerea.

Verdict valabil, poate, în cazul companiilor mici, unde volumul de informații cu care operează acestea nu este foarte mare, numărul de surse este limitat, iar procesele de business nu sunt foarte complexe. Însă în cazul unor companii de dimensiuni medii, valoarea de adevăr a afirmației „Cifrele nu mint!” nu garantează și valoarea deciziilor luate și a business-ului în sine. Poate că, într-adevăr, cifrele din rapoarte sunt exacte, dar ele nu o oferă o perspectivă de anvergură asupra afacerii, nu pot oferi informații contextuale, nu sunt corelate cu date din alte surse. Destinatarii rapoartelor sunt astfel obligați să compileze informații colaterale din alte rapoarte, pentru a încerca să deceleze măsurile care trebuie luate în

Strategii de backup

Atunci când vine vorba despre continuitatea afacerii, necesitățile companiilor de dimensiuni mici și medii sunt identice cu cele ale marilor companii. Ba chiar statistica este mult mai dură, arătând că 90% din IMM-urile care au suferit o pierdere majoră de date și-au încetat activitatea la scurt timp de la petrecerea incidentului. Dar, spre deosebire de companiile mari, cele din a doua categorie nu dețin nici resursele și nici competențele necesare realizării unei strategii de backup. Și totuși, printr-o analiză realistă a necesităților și costurilor și printr-un mix de tehnologii se poate realiza un plan prin care se pot minimiza riscurile și asigura continuitatea afacerii.

■ Radu Ghițulescu

De aproape doi ani, protecția datelor și continuitatea afacerii au început să ocupe un loc din ce în ce mai important în ierarhia priorităților pentru companiile de dimensiuni mici și mijlocii. O schimbare de optică importantă, datorată în bună măsură creșterii gradului de automatizare al acestei categorii de companii, care se confruntă și cu problema creșterii rapide a volumului de date critice.

Deși un număr din ce în ce mai mare de IMM-uri încep să conștientizeze faptul că pierderea accesului la informații le afectează în mod direct capacitatea de operare (studiile de piață arată că 90% din companiile mici care au suferit o pierdere majoră de date și-au încetat activitatea), strategiile de protecție a datelor nu se pot compara nici pe departe cu cele similare ale marilor companii.

Pe de o parte, este evident că, în cazul IMM-urilor, bugetele alocate acestei priorități sunt mult mai mici. Pe de altă parte, este vorba de resursele și nivelul de competențe pe care acest tip de soluții și tehnologii le presupun, capitol la care majoritatea IMM-urilor sunt deficitare.

Viteza, prioritatea absolută

Principala problemă cu care se confruntă atât marile companii, cât și cele de dimensiuni mici și medii este identică: creșterea rapidă și constantă a volumului de date care trebuie salvate și recuperate în caz de dezastru. Iar atunci când se discută despre continuitatea afacerii, recuperarea cvasi-instantanee a datelor este de departe principalul parametru abordat. Cu precizarea că, de fapt, cvasi-instantaneu trebuie înțeles cât mai rapid posibil.

Fie că este vorba de date care trebuie „conservate” pe durate clar stabilite, ca urmare a unor cerințe specifice de business și/sau reglementări, fie că este vorba de seturi de date critice pentru desfășurarea afacerii, viteza este un element important. Și care definește un parametru esențial în strategia de continuitate a afacerii – Recovery Time Objective (RTO), respectiv timpul în care pot fi recuperate datele și reluată activitatea. Cerințele, în marea majoritate a cazurilor, sunt de ordinul minutelor, însă nu foarte multe companii înțeleg și costurile pe care le presupun aceste condiții.

O altă metrică importantă pentru planul de continuitate a afacerii al unei companii este Recovery Point Objectives (RPO), care face referire la volumul de

date pe care o companie riscă să îl piardă între două backup-uri succesive. Minimizarea acestui risc presupune, la rândul ei, alte costuri importante.

În afară de viteză, un sistem eficient de backup și replicare a datelor necesită instrumente de automatizare a verificării integrității datelor. Chiar dacă noile tehnologii de backup nu presupun același grad eroare ca în cazul backup-ului „tradițional”, pe bandă (fapt contestat de mulți adepți ai acestui tip de tehnologie), problemele tot pot apărea. Ori pentru a avea un backup 100% sigur și disponibil, la orice moment, este necesară verificarea automată a acestuia, care să dea siguranța că orice bloc de date salvat este o replică exactă a originalului. Prin urmare, situația se complică, iar costurile cresc corespunzător.

Necesitatea unei strategii

Viteza de recuperare a datelor atât de solicitată de companii presupune existența unei strategii de backup, optimizate și adaptate pe nevoile reale ale business-ului.

Nu toate datele pe care o companie le produce și/sau trebuie să le conserve sunt date critice care afectează direct continuitatea afacerii. Această diferențiere a gradului de criticitate al datelor reprezintă unul dintre criteriile de bază pe care se poate schița strategia de backup. Obținerea unei viteze superioare impune alegerea unor soluții adecvate, de tipul disk-to-disk (D2D), de exemplu, al căror cost, deși scade constant, rămâne încă superior soluțiilor de backup pe bandă. Este adevărat că operarea și replicarea datelor de pe o librărie de benzi nu este atât de rapidă, dar nici atât de costisitoare. De aceea, specialiștii recomandă menținerea folosirii soluțiilor de backup pe bandă pentru volumele de date care trebuie conservate pentru durate lungi și care nu sunt critice pentru business, pentru restul utilizându-se soluțiile mai costisitoare, dar mai rapide.

Backup-ul pe bandă și cel pe disc nu sunt singurele tehnologii care pot fi luate

pentru IMM-uri

în calcul atunci când se începe fundamentarea unei strategii de backup și recuperare. Virtual Tape Library (VTL), care permite emularea unei biblioteci de date și oferă avantajul limitării riscului depășirii „ferestrei” de backup alocate; Disk-to-Disk-to-Tape (D2D2T), tehnologie prin intermediul căreia stocarea pe disc este folosită ca un „cache” (backup-ul este inițial

Principala problemă cu care se confruntă atât marile companii, cât și cele de dimensiuni mici și medii este identică: creșterea rapidă și constantă a volumului de date care trebuie salvate și recuperate în caz de dezastru.

salvat pe disk și ulterior pe bandă) și care permite creșterea vitezei utilizând backup-ul pe bandă; soluțiile de tipul Cloud Backup etc. sunt doar câteva dintre tehnologiile care pot fi „mixate” pentru a stabili o strategie eficientă nu doar din punct de vedere funcțional, ci și financiar.

Balanța cost/beneficiu

O strategie care, așa cum aminteam, nu este accesibilă majorității companiilor de dimensiuni mici și mijlocii pentru că, dincolo de considerentele financiare – deloc neglijabile –, rămâne problema competențelor specifice. Provoacă-le pe care utilizarea soluțiilor de backup, deduplicare, comprimare, criptare le generează necesită un know-how specific. Este o problemă care nu poate fi ignorată, pentru că realizarea unui plan realist de backup impune o analiză atentă a balanței costuri/beneficii. Deși orice companie vrea o replicare cvasi-instantanee, orice pas în sensul creșterii vitezei de recuperare a datelor în caz de dezastru crește costurile.

De aceea, mai ales în cazul IMM-urilor, este recomandată apelarea la serviciile unor consultanți cu experiență, care să poată realiza o evaluare realistă a

necesităților, ținând cont atât de resursele financiare, cât și de nivelul de competențe din respectiva companie.

Pentru realizarea acestei evaluări, într-o primă fază (dintr-un algoritm simplificat) trebuie identificate procesele de afaceri critice și decelate care aplicații și sisteme pot cauza pagube majore în desfășurarea afacerii în cazul în care acestea își încetează funcționarea.

Pe baza acestei analize de impact, care evaluează efectele la nivel de ore și zile, se poate realiza o ierarhie și o priorizare a resurselor, astfel încât planul de backup să se concentreze pe activele care au o importanță critică în desfășurarea business-ului. Planul urmărește identificarea soluțiilor optime (sub raportul eficiență/cost) și detalierea modului în care pot fi diminuate riscurile, dar și scenariile aferente reluării activității în diverse situații.

Punerea în practică a acestui plan nu este ultimul pas din strategie. Ajustarea lui, astfel încât să corespundă cerințelor de business (de exemplu, automatizarea procesului de backup sau stabilirea „ferestrelor” în intervalele în care gradul de încărcare al sistemelor este redus etc.), este un proces care trebuie reluat periodic. Pe de altă parte, evoluția business-ului, dezvoltarea sau diminuarea anumitor direcții de activitate impun și ele o revizuire a planului de backup.

Pentru a se descoperi erorile și posibilele căi de îmbunătățire specialiștii recomandă practica unor exerciții periodice de simulare a unor situații de downtime. La acest capitol, până și marile companii sunt deficitare, foarte multe dintre acestea mulțumindu-se doar cu crearea unei strategii pe hârtie, neverificată în practică, (ceea ce face ca RTO-ul și RPO-ul preconizate să fie depășite, angajații neștiind practic cum trebuie să acționeze într-o situație de criză).

Poate că în cazul unui IMM a vorbi despre o „strategie” de backup poate părea pretențios. Însă existența unui set de proceduri și soluții, care să alcătuiască un plan coerent în funcție de necesitățile reale ale companiei și riscurile pe care și le poate asuma acesta este necesar.



Cât de scump un

Date despre piața neagră a consumabilelor din România nu se prea găsesc. Vendorii de echipamente de printare vorbesc despre riscuri, despre costurile aferente utilizării produselor contrafăcute, dar nu și despre pierderile pe care le înregistrează. Cu toate acestea, oferta locală de „reîncărcare de cartușe” și „cerneluri compatibile” este abundentă. Iar la ea apelează nu doar clienții persoane fizice, ci și companii. De la cele mici, până la cele mari. Din acest motiv am încercat să identificăm la ce pagube se expun clienții care aleg contrafacerile, dar și care sunt măsurile luate de vendori pentru limitarea pieței negre.

■ Radu Ghițulescu ■ Luiza Sandu

Servicii de reumplere cartușe la prețuri foarte accesibile și cu tușuri originale, ca și cele din cartușele oferite de producător.

„Cumpărăm cartușe uzate. Venim noi la d-voastră!”

„Cu cartușele reîncărcabile tipărești cu până la 95% mai ieftin.”

Sunt doar trei dintre cele aproximativ 46.100 de rezultate livrate de Google la căutarea cu următoarele cuvinte-cheie: „reîncărcare cartușe imprimantă”.

Probabil însă că nici un sfert din rezultate nu sunt oferte reale de pe piața neagră a consumabilelor. Pentru că, în afara acesteia, mai există și o „piață gri” și „cerneluri compatibile”...

Și dacă luăm o optime din ele, adică 5.762, tot e mult!

Dacă rămânem la o zecime, înseamnă 4.610 de posibile oferte de produse contrafăcute.

Poate părea mult, dar tot Google (la o căutare după „Counterfeit Printing Supplies”) dă ca rezultat o știre conform căreia, anul acesta, în martie, în urma unei razii întreprinse în showroom-urile și depozitele acestora din Dubai au fost confiscate peste 850.000 de consumabile contrafăcute.

În mod sigur, Bucureștiul nu-i Dubaiul! Însă la o simplă plimbare prin Capi-

tală, nu chiar pe bulevardele centrale, pot fi descoperite zeci de firme mici care oferă servicii de reumplere cartușe.

O ipoteză de lucru

O lege a pieței spune că „dacă nu ar exista cerere, nu ar fi nici ofertă”. Ori, în mod evident, în România cerere există. Iar clienții provin cu precădere din zona companiilor de dimensiuni mici (Small Office-Home Office) și a persoanelor fizice, pentru care oferta de reumplere-reîncărcare este extrem de atractivă. Dar

„Conform informațiilor oferite de partenerii noștri, estimăm valoarea pieței de reîncărcări cartușe la aproximativ 9%.”

Canon România

nu numai!

Motivele sunt clare: costurile.

Să luăm un exemplu concret cu date reale: o multifuncțională inkjet, nu de ultimă generație, de la unul dintre principalii jucători din piața de printing, are un preț de achiziție de aproximativ 700 lei.

Prețul unui singur cartuș de cerneală original, din cele cinci cu care este dotată

imprimanta, costă circa 70 de lei. Rezultă că un schimb de cartușe originale costă 350 de lei. Adică jumătate din prețul de achiziție. Cu alte cuvinte, la al treilea set de cartușe originale, prețul consumabilelor îl depășește pe cel al imprimantei.

Pe piața neagră, prețul unui singur cartuș (cu cip inclus!) este de 9 lei. În total, 45 de lei. Iar la ofertă, tot setul costă 40 de lei. Adică abia după al 18-lea set de cartușe de „origine incertă” consumabilele depășesc ca valoare prețul de achiziție al imprimantei. Am folosit expresia „origine incertă”, pentru că dincolo de exemplul cu „tușuri originale, ca și cele din cartușele oferite de producător”, există cazuri în care comerciantul avansează argumentul „compatibilității”, dar nu o probează prin niciun document.

Nimic nu este gratis

Utilizarea „variantelor economice” are însă costurile ei. Cartușele neoriginale generează o serie de riscuri importante, pe care un client neavizat al pieței negre nu le ia în calcul atunci când optează pentru un produs contrafăcut.

Iată care sunt acestea, din perspectiva principalilor jucători de pe piața locală:

„Fie că se folosesc în mod constant sau ocazional, utilizarea cartușelor neoriginale are o lungă serie de efecte negative. Dintre acestea putem menționa diminuarea duratei de viață a unor componente importante, precum capul de imprimare sau unitatea de absorbție a cernelii reziduale, dar mai ales reducerea calității imprimării. Atât experiența noastră, cât și informațiile primite de la parteneri sau clienți ne-au demonstrat faptul că efectele negative apărute în urma utilizării unui cartuș neoriginal nu pot compensa argu-

costă cartuș ieftin?

mentele financiare luate în considerare în momentul achiziției. Este ca și cum ai achiziționa un automobil premium și l-ai alimenta cu un carburant de calitate inferioară. Efectele negative în cazul unor consumabile neoriginale sunt resimțite în aproximativ același mod prin deteriorarea semnificativă a echipamentelor. În urma unor simple analize realizate împreună cu partenerii noștri putem spune că, după utilizarea de 4-5 ori a unui cartuș neoriginal, echipamentul se defectează.“

Canon România

„Un consumabil original OEM (Original Equipment Manufacturer) este fabricat din componente noi, pe bază de licențe și patente, cu acordul și suportul producătorului de echipamente, cel mai adesea chiar de către acesta. Prin cartușe «compatibile» înțelegem cartușele remanufacturate de terțe părți, pornind de la cartușele OEM uzate (folosite). Costul unui cartuș «compatibil» este mai mic decât costul unui cartuș original OEM, dar utilizarea poate avea următoarele efecte: calitate slabă a imprimării; durată de viață a consumabilului mai mică; contaminarea echipamentului cu toner, ceea ce presupune costuri suplimentare pentru repunerea aparatului în funcțiune; defectarea altor subansamble din echipament. Un studiu internațional efectuat anul trecut de Campbell DeLong Resources Inc. privind utilizarea consumabilelor de la terți, pentru echipamentele de birou, arată că 66% din clienți au raportat diferite probleme privind utilizarea acestora. În ceea ce privește productivitatea, 79% din respondenți au spus că nu vor folosi consumabile de la terți, din cauza riscului de apariție a unor defecțiuni la echipamente.“

Anca Șerban,

Suppliers Manager Xerox România
„Echipamentele Epson au fost proiectate pentru a oferi maximum de calitate și un consum eficient de cerneală atunci când sunt folosite împreună cu consumabilele originale. Folosirea altor consumabile decât cele originale poate afecta calitatea printului și poate genera defecțiuni ale echipamentului, atrăgând în același timp pierderea garanției. Cei care folosesc alte consumabile decât cele originale iau în

calcul numai costul inițial, fără a evalua și cheltuielile cu reparațiile sau faptul că un consumabil reîncărcat durează mai puțin decât unul original.“

Simona Decuseară,
National Sales & Marketing Manager
Epson România & Bulgaria

„În cazul în care clientul folosește un consumabil neoriginal se poate confrunta cu situația de a nu putea folosi echipa-

Între alegerea în cunoștință de cauză și înșelăciune

„Atunci când vorbim despre alternativele consumatorilor la cartușe originale, este important să facem diferența între cartușele compatibile, reumplute, și adevărata «piață neagră» a consumabilelor, care se referă la cartușele contrafăcute și vândute publicului ca fiind cele adevărate. Dacă în cazul primei categorii de cartușe, consumatorul înțelege ceea ce cumpără și face alegerea în cunoștință de cauză, a doua situație presupune înșelarea cumpărătorului, care cu bună credință crede că achiziționează un produs HP, însă primește un cartuș de calitate îndoielnică. Pentru a ține acest fenomen sub control, HP colaborează îndreapropo cu autoritățile locale și cu partenerii săi de distribuție, în special pentru a educa publicul cumpărător să recunoască cartușele originale HP. (...) Tot despre educarea publicului cumpărător este vorba și atunci când discutăm despre cartușe compatibile sau despre reumplerea cartușelor. Deși aceste cartușe par, la prima vedere, să aibă un preț mai

atrăgător, costurile ascunse ies repede la iveală și le pot face chiar mai scumpe decât s-ar putea aștepta utilizatorii. Cartușele reumplute sau remanufacturate afectează în principal calitatea și fiabilitatea imprimării. Cartușele pe care utilizatorii nu se pot baza și de o calitate inconstantă a imprimării pot conduce la nevoia de a imprima din nou, la costuri mai mari, ceea ce reduce economiile pe care clienții le așteaptă de la cartușele alternative. Cele mai recente studii QualityLogic confirmă această situație, arătând că peste 15% din toate cartușele reumplute testate au curs, au lăsat pete sau au cedat complet, fie în timpul utilizării, fie chiar din momentul în care au fost scoase din cutie. Per total, cartușele originale HP au imprimat cu până la 34,7% mai multe pagini decât cartușele reumplute testate.“

Roxana Toma, Consumer
Marketing Manager Imaging
and Printing Group HP România

mentul, deoarece acesta nu recunoaște consumabilul sau de a-l defecta afectând procesele automate de detecție și dozare și creând astfel condițiile unor defecțiuni premature. Astfel, există șanse mari ca potențialele pagube să depășească economiile realizate prin folosirea consumabililor neoriginale. Totuși, ținând cont că ponderea tonerului/cernelii în prețul pe pagină este însemnată, nu se poate neglija avantajul economic al folosirii acestor consumabile.“

Petruț Florea,
Key Accounts Manager ROEL

Cine sunt clienții pieței negre

Riscuri există. Dar și avantaje financiare, după cum susține reprezentantul ROEL, pe care nu le ignoră nici marile companii. De altfel, Petruț Florea consideră că: „Toată lumea cumpără/folosește cartușe neoriginale, începând de la persoane fizice și terminând cu mari instituții financiare (inclusiv bănci), companii multinaționale etc. Ponderea este mult mai mare în rândul consumatorilor persoane fizice, dar, ținând cont de necesitatea acută de scădere a costurilor, ponderea clienților din segmentul enterprise a început să crească.“

O opinie confirmată parțial și de oficialul Xerox: „Utilizatorii finali sunt în proporție de 60% și restul de 40% este

Despre piața neagră, gri

Informațiile despre amploarea pieței locale de consumabile contrafăcute nu sunt făcute publice. Principalii jucători care activează în acest domeniu sunt rețenți atunci când vine vorba de avansat date sau evaluări, iar studiile de piață pe această direcție lipsesc încă. Din acest motiv, i-am adresat câteva întrebări Danei Samson, Research Analyst IDC România.



Dana Samson,
Research Analyst IDC România

Cum structurează IDC piața consumabilelor pentru echipamentele de printare?

În principiu, IDC împarte piața de consumabile în trei mari categorii. „Piața albă” care, la rândul ei se împarte în consumabile originale importate și vândute pe canalele oficiale, și care în România reprezintă peste 50% din întreaga piață a consumabilelor, consumabilele compatibile și „cartușele reumplute”, măsurate în echivalentul capacității consumabilelor originale. „Piața gri”, constă în consumabile originale care însă nu sunt importate și vândute pe canalele oficiale agreate de vendori, iar „piața neagră” este cea a cartușelor contrafăcute.

Care este situația pe piața locală?

„Piața neagră” și „piața gri” sunt relativ mici în România, în primul rând pentru

reprezentat de licitații (respectiv segmentul enterprise – N.A.).“

Din punctul de vedere al Canon România, delimitările nu sunt foarte clare,

dar și segmentul enterprise este un client al pieței negre: „Nu există date oficiale care să descrie în detaliu segmentele de utilizatori ai consumabilelor neoriginale. Din experiența noastră putem spune însă că segmentul consumatorilor persoane

Modelul CISS

Ofertele de tipul Continuous Ink Supply System (CISS), un „hack” prin care cartușele sunt conectate la rezervoare de cerneală adăugate, sunt din ce în ce mai populare pe piața locală. Însă folosirea acestor sisteme implică aceleași riscuri ca și utilizarea consumabilelor contrafăcute. „Sistemele CISS, care se folosesc exclusiv pe piața inkjet, sunt foarte utilizate de cei care printează mult sau cu grad de acoperire mare. Procedura tehnică folosită implică, în cazul unor modele, înlocuirea parțială sau totală a sistemelor de alimentare cu cerneală, în alte situații fiind suficient un bypass făcut cartușelor originale. Sistemele CISS, în România, se montează «artizanal», existând

riscul pierderii garanției în cazul echipamentelor noi”, explică Petruț Florea, Key Accounts Manager ROEL. Totuși, ideea utilizării unor cartușe de dimensiuni mari, poziționate în exteriorul imprimantei nu este una chiar atât de rea. Dovadă că „în luna martie Epson a lansat, în premieră pentru piața românească, o gamă de imprimante care folosește un sistem similar celor denumite generic CISS, însă cu cerneală originală Epson. Costurile scăzute ale cernelii originale îi determină pe clienții noștri să nu mai apeleze la alte soluții”, explică Simona Decuseară, National Sales & Marketing Manager Epson România & Bulgaria.

„Piața neagră de consumabile este de peste 40%, în general pe echipamentele mici, de birou.”

Anca Șerban, Suppliers Manager Xerox România

fizice este mai activ, însă chiar și aceștia renunță la această alegere atunci când materialul imprimat nu are calitatea obținută în urma utilizării unui consumabil original. Segmentul enterprise este mai puțin prezent pe această piață, tocmai datorită acestui fapt, calitatea produsului livrat unui client fiind unul dintre principalele criterii. Principalele motivații sunt de natură financiară, însă, atunci când este vorba de un echipament profesional, al cărui cost de achiziție este mai mare, chiar și aceste motivații dispar.“

și albă a consumabilelor

că vendorii controlează destul de bine canalele de distribuție și pentru că vendorii „de volum”, precum HP, Canon sau Epson, au dus adevărate campanii în acest sens. Procentul de consumabile originale oficiale este, în marea majoritate a țărilor mari din CEE (România, Polonia, Ungaria, Cehia; excepție fac țările din fosta URSS), cam același (între 50% și 60%). Diferența între România și restul țărilor apare în ceea ce privește raportul consumabilelor compatibile, care reprezintă în România puțin sub 30%, în timp ce în restul țărilor acesta depășește 40%. Practic, în România, reumplerea cartușelor e încă o practică destul de frecventă, chiar și în mediul business (mai ales în cazul afacerilor mici), nu doar printre utilizatorii casnici, cu precădere printre cei care au imprimante inkjet. Cei mai afectați sunt vendorii care au bază instalată mare în sectorul utilizatorilor casnici (HP, Canon, Epson, Lexmark).

Care este evoluția pieței locale de consumabile?

Piața totală de consumabile a scăzut ușor în 2011, comparativ cu 2010, și, la cum au arătat lucrurile în prima parte a lui 2012, va continua să scadă, cu precădere pe segmentul de inkjet. E important de reținut că piața totală de consumabile nu depinde atât de mult de evoluția economică (așa cum e cazul echipamentelor în sine), ci mai degrabă de baza instalată (cea de laser a rămas constantă în ultimii ani). Situația economică afectează însă structura pieței de consumabile, în sensul scăderii procentului de consumabile originale, în favoarea consumabilelor compatibile, procentaj care a crescut constant în ultimii ani și datorită extinderii acoperirii pe care o oferă brandurile compatibile. Este important de menționat că, în ultimul timp, numărul de consumabile originale vândute „de pe raft” a scăzut considerabil în favoarea consumabilelor livrate ca

parte a contractelor de servicii, care includ înlocuirea automată a consumabilelor, prin sistemul de gestionare a activității și flotei de imprimare. Toți vendorii care au echipamente laser, mai ales cei din zona high-end, au astfel de contracte cu clienții mari fie direct, fie prin parteneri. Aceste contracte fac parte dintr-o serie de schimbări pe care mai toți vendorii de echipamente au fost nevoiți să le facă în urma pierderilor suferite din cauza scăderii drastice a vânzărilor de echipamente.

Ce măsuri pot lua vendorii pentru limitarea efectelor pieței negre și gri?

Practic, pe lângă activitățile extensive de promovare a calității și fiabilității consumabilelor originale, singura modalitate a vendorilor OEM (Original Engine Manufacturer) de a lupta împotriva brandurilor compatibile este de a suspenda garanția în cazul folosirii altor consumabile decât cele originale. Din păcate, acest lucru funcționează numai în cazul echipamentelor nou achiziționate și în cazul companiilor care sunt interesate de servicii after market.

Ce măsuri se pot lua?

La capitolul măsuri de „combateră” a pieței negre, măsurile luate de companii, pe plan local, nu sunt de amploarea celor din Dubai. Practic, se rezumă doar la campanii de informare a avantajelor utilizării consumabilelor originale. Metodă utilizată atât de Canon România („Canon a organizat campanii media prin intermediul cărora s-a realizat informarea consumatorilor asupra beneficiilor utilizării unor consumabile

originale”), cât și de Xerox („Am informat consumatorii privind riscul folosirii acestora prin newsletter, scrisori personalizate – după achiziționarea echipamentului, în care explicăm avantajele folosirii OEM și încurajăm folosirea consumabilelor originale.”).

Motivul alegerii acestor măsuri este explicat de Petruț Florea, ROEL, care și el indică „educarea consumatorilor” drept singura metodă: „În afară de OPC, care poate controla dacă un produs corespunde descrierii, este foarte greu de intervenit.

Poate doar în partea care privește educarea clienților, prin informarea acestora privind eventualele probleme pe care le pot întâmpina folosind acest tip de consumabile.”

Prin urmare, rămâne la latitudinea clientului final dacă alege piața neagră sau pe cea albă, dacă optează pentru avantajele economice pe termen scurt sau pentru calitatea printurilor și fiabilitatea echipamentului achiziționat. La fel cum rămâne de văzut când și dacă vendorii vor adopta și alte măsuri de limitare a pieței negre. ■



www.document.ro



xerox Authorized Concessionaire

De ce câștigă virtualizarea

Piața soluțiilor de virtualizare a serverelor a ajuns la maturitate, susțin specialiștii, care estimează că adoptarea mașinilor virtuale a atins la momentul actual un grad de penetrare de aproximativ 50%, la nivel mondial. Oferta s-a diversificat în ultimii ani, atât ca urmare a creșterii competiției dintre vendori, cât și a faptului că din ce în ce mai multe companii de dimensiuni medii manifestă un interes real pentru virtualizare, ceea ce a obligat vendorii să-și adapteze politica comercială, astfel încât să aibă prețuri accesibile.

■ Radu Ghițulescu

Motivele pentru care virtualizarea a devenit o tehnologie atractivă și pentru companiile care dețin/operează 5-7 servere sunt evidente: economiile și câștigurile direct cuantificabile financiar care pot fi obținute în urma virtualizării serverelor. Într-o piață cost-sensitive precum România, un astfel de argument este foarte convingător pentru companiile cu resurse financiare limitate, care urmăresc o rentabilizare a investiției cât mai rapid posibil.

Pe de altă parte, virtualizarea nu mai reprezintă de câțiva ani buni o tehnologie exotică, fiind intens popularizată atât de vendorii de astfel de soluții, cât și de producătorii de hardware, respectiv servere. Ceea ce compensează, parțial, una dintre principalele probleme cu care se confruntă companiile de dimensiuni medii – lipsa competențelor pe anumite tehnologii.

Economiile, argumentul forte

Așa cum aminteam, argumentul forte al tehnologiilor de virtualizare a serverelor

este reprezentat de economiile pe care acestea le pot genera. Modelul clasic de utilizare a unui server, care rulează un singur sistem de operare și este dedicat unei singure aplicații, implică, pe lângă costul de achiziție, configurare și un cost total de proprietate/operare (Total Cost of Ownership, TCO) deloc neglijabil. TCO-ul include, de exemplu, consumul de electricitate, atât al serverului în sine care, deși este inactiv (idle), în medie 50-70%, tot are un consum de energie și emite o cantitate de căldură, cât și al echipamentelor pentru răcire, al dispozitivelor de protecție împotriva penelor de curent (UPS-uri) etc. La acesta se adaugă costul operațiunilor de mentenanță, al spațiului alocat, al soluțiilor de back-up, networking etc. Rezultă un cost total per server, care se înmulțește cu numărul de servere pe care o companie îl deține.

Principala problemă a acestui model clasic este însă nivelul de subutilizare al serverelor fizice (din punct de vedere al puterii de procesare sau capacității de stocare) în condiții de lucru real. Fenomenul este frecvent, conform statisticilor nivelul mediu de subutilizare fiind de aproximativ 30%.

Poate că, pentru anumite companii, subutilizarea serverelor nu reprezintă decât o problemă teoretică și nu le afectează cu nimic desfășurarea business-ului. Însă ea devine rapid una foarte reală atunci când departamentul IT solicită achiziționarea de noi servere (pentru înlocuirea unora îmbătrânite, pentru noi aplicații, pentru dezvoltarea de medii de test etc.). În acest context, virtualizarea reprezintă rezolvarea optimă, oferind avantajul rularii pe o singură mașină fizică a câtorva zeci de mașini virtuale, cu propriul sistem de operare. Și aceasta fără ca viteza de procesare pe fiecare aplicație să fie redusă, fără ca utilizatorii finali să resimtă un disconfort, fără o creștere a consumului de electricitate, a necesităților de răcire, o extindere a spațiului fizic alocat etc.

Reducerea efortului de mentenanță

Prin intermediul funcționalităților specifice, problema vârfulor de sarcină poate fi rezolvată mult mai rapid prin intermediul tehnologiilor de alocare dinamică a puterii de calcul și a spațiului de stocare, ceea ce diminuează riscul downtime-urilor neplanificate, cu pierderile aferente acestora. Soluțiile de distribuire automată a resurselor pot fi parametrizate în funcție de importanța aplicațiilor, iar mașinile virtuale pot fi transferate automat de pe un server fizic pe un altul, nu doar în cazurile extreme („căderea” serverului), ci ținând cont de criterii mult mai complexe, precum gradul de încărcare al capacității de procesare, memorie etc. Astfel, prin intermediul acestor instrumente, dacă o mașină virtuală care rulează o aplicație critică se apropie de gradul maxim de încărcare aceasta va fi transferată pe un server mai puternic sau cu mai multe resurse disponibile.

teren serverelor?

Apoi, capabilitățile avansate pe zona de failure și backup sunt simplu și rapid de configurat, independent de platforma hardware pe care sunt găzduite. Funcționalitățile de tipul „Physical to Virtual” permit virtualizarea rapidă a unui server fizic, care poate fi hostat pe un alt server, ceea ce poate genera economii importante – un singur server poate fi utilizat ca locație de backup pentru mai multe mașini fizice. În cazul unei mașini virtuale, mutarea acesteia pe un alt server este și mai rapidă, iar prin realizarea de copii de siguranță ale respectivei mașini redemararea poate fi realizată cvasi-instantaneu. Practic, în acest fel, se asigură un nivel net superior de disponibilitate a aplicațiilor, mult mai economic decât cel oferit de modelul clasic de replicare 1:1 a serverelor fizice. În plus, există instrumente care permit ca migrarea serverelor virtuale pe un server valid să fie realizată după reguli de prioritate configurabile.

Cabinetul de analiză IDC estimează că în 2012 numărul mașinilor virtuale îl va depăși pe cel al serverelor fizice, urmând ca în 2013 și 2014 decalajul să se mărească.

Toate aceste beneficii oferite de tehnologiile de virtualizare a serverelor fac ca, pe lângă eliminarea costurilor aferente achiziționării unui nou server, un alt argument invocat frecvent în studiile de piață să fie cel al reducerii efortului de administrare depus de departamentul IT. Conform studiului realizat de Dell și AMD (pe un eșantion de 450 de directori IT ai mai multor companii din 9 țări,

printre care și România), reducerea costurilor de mentenanță se situează imediat după scăderea costurilor hardware și reducerea spațiului alocat serverelor.

Continuitatea afacerii

În ultimii 2-3 ani, o dată cu creșterea gradului de informatizare al companiilor, în ierarhiile beneficiilor urmărite în virtualizarea serverelor a început să capete importanță un al treilea criteriu: continuitatea afacerii și recuperarea datelor.

Virtualizarea oferă avantajul că, în cazul „căderii” unui server fizic, prin funcționalități specifice de tipul „live migration” se poate asigura continuitatea afacerii, eliminându-se riscurile de downtime. Totodată, utilizând „live migration”, administratorii pot muta în timp real mașinile virtuale între serverele fizice, fără ca utilizatorii finali să resimtă nicio scădere de productivitate. Acest lucru facilitează efortul de mentenanță și operațiunile de upgrade hardware.

Totodată, backup-ul integral al infrastructurii virtuale deținute de o companie prin realizarea de copii ale imaginilor mașinilor virtuale este un proces mai ușor de realizat decât operațiunea similară pentru serverele fizice disperate. Pe de altă parte, în timp ce restaurarea completă a unui sistem

fizic poate dura una, două zile, dacă se utilizează modelul clasic de backup pe bandă, în cazul mașinilor virtuale, durata se poate reduce până la 4 ore sau chiar mai puțin (dacă se utilizează modelul de backup disk-to-disk), pentru că nu mai este nevoie de restaurarea serverului, a sistemului de operare și a aplicațiilor separat.

Timpul câștigat prin intermediul virtualizării reprezintă un element a cărui valoare este direct proporțională cu gradul de importanță al aplicațiilor.

Pentru ca acest nivel de performanță să fie atins, trebuie ca sistemul să fie monitorizat constant, imaginile mașinilor virtuale să fie actualizate la intervale periodice, iar sistemul de backup/restaurare să fie testat în condiții reale. În prealabil însă, trebuie realizată o ierarhizare a aplicațiilor și sistemelor de operare după gradul de criticitate al acestora în procesele de business ale companiei.

Toate cele trei beneficii detaliate (economii, reducerea efortului de mentenanță și creșterea nivelului de disponibilitate a aplicațiilor și

datelor) sunt argumente solide în favoarea virtualizării serverelor. Nu doar pentru companiile mari, ci și pentru cele de dimensiuni medii, care au conștientizat faptul că nu își pot crește eficiența fără a investi în tehnologie.



Colocarea este o opțiune din ce în ce mai populară, odată cu extinderea și flexibilizarea ofertei lansate de Data Center. Beneficiile pe care colocarea le poate genera sunt solide și direct cuantificabile financiar, însă procesul de identificare a furnizorului adecvat și de stabilire a condițiilor contractuale trebuie abordate cu atenția cuvenită.

▀ Radu Ghițulescu

Criterii în alegerea furnizorului de servicii de colocare

Numărul companiilor care au apelat la serviciile de colocare oferite de Data Center a crescut considerabil în ultimii ani. Cauzele care au dus la apariția acestui fenomen sunt volumele din ce în ce mai mari de date și numărul în creștere de aplicații informatice utilizate pentru derularea business-ului, care obligă companiile să își mărească în mod constant parcul de servere. O investiție necesară, dar care, pe lângă costul de achiziție inițial, implică un TCO (Total Cost of Ownership) deloc neglijabil. Dincolo de competențele obligatorii pentru configurare, mentenanță, upgrade etc., minimizarea riscului unor întreruperi neplanificate a funcționării serverelor implică asigurarea unor condiții optime de funcționare. Care, de multe ori, nu sunt accesibile companiilor de dimensiuni mici și mijlocii, ale căror bugete limitate nu pot acoperi cerințele standard de asigurare a disponibilității și rezilienței dorite.

Ori, din acest punct oferta furnizorilor de servicii de colocare devine atractivă.

De ce colocare?

Motivul pentru care colocarea reprezintă alegerea optimă pentru numeroase companii sunt solide și, mai ales, direct cuantificabile financiar.

În primul rând, costurile inițiale importante pe care le impune asigurarea condițiilor de funcționare optimă a unui parc de servere se reduc prin alegerea variantei de hostare. Construirea și întreținerea unui Data Center in-house este o investiție considerabilă, pe care puține companii mici și medii o pot rentabiliza într-un orizont de așteptare apropiat. Pe de altă parte, asigurarea serviciilor mai multor furnizori Internet, a unor soluții redundante de alimentare cu energie electrică, a unui nivel superior de securitate etc. sunt alte costuri importante.

Apoi, prin colocare, riscurile legate de reziliență și disponibilitate scad drastic. Implicit se reduc și potențialele pagube pe care nefuncționarea serverelor le poate genera. Un Data Center, care respectă standardele existente în această zonă (Uptime Institute și CompTIA), este astfel conceput încât să fie protejat împotri-

va posibilelor incidente, accidente, dezastruri naturale etc. Ceea ce se traduce prin faptul că un client care a ales colocarea își poate continua activitatea.

Securitatea reprezintă un alt argument important în favoarea colocării – nu foarte multe companii de dimensiuni mici și medii dețin competențele și mijloacele necesare asigurării protecției datelor pe care le dețin. Și mult mai puține investesc eficient în această direcție.

Calitatea serviciilor, în cazul în care clientul nu apelează doar la hostarea simplă, asigurând serviciile de mentenanță prin forțe proprii, reprezintă un alt punct forte în oferta furnizorilor de servicii de colocare. Echipa tehnică a unui Data Center are un nivel ridicat de calificare și, mai ales, un volum de experiență important. În plus, suportul pe care îl oferă această echipă poate fi furnizat 24/7, un parametru extrem de important. Mai mult decât atât, un Data Center poate oferi servicii de monitorizare a performanței și rapoarte detaliate asupra utilizării resurselor existente, astfel încât se pot prezice și analiza mult mai corect eventualele noi achiziții.

Nu în ultimul rând, unul din argumentele forte ale externalizării, cel al predictibilității costurilor, își demonstrează valabilitatea și în domeniul colocării, dar mai ales în actualul context economic.

Etape de selecție

După cum se poate vedea din enumerarea de mai sus a potențialelor beneficii pe care le poate oferi colocarea, identificarea unui furnizor de servicii pe această zonă nu se poate realiza doar pe baza prețului. Chiar dacă România este o țară în care costul reprezintă un criteriu omniprezent, există situații și zone în care rabatul la calitate este mult mai costisitor.

De aceea, în procesul de selecție al unui furnizor, trebuie luați în calcul mai mulți parametri, dintre care îi prezentăm, succint, pe cei mai importanți:

- Notorietatea furnizorului: vechimea în piață, competențele, aria de tehnologii acoperite, referințele, portofoliul de clienți, standardele și certificările obținute, politicile comerciale etc. sunt elemente care pot reprezenta un prim criteriu de selecție. Există opinii conform cărora este o alegere riscantă apelarea la serviciile unui furnizor care nu are o vechime de minim trei ani în piață. De asemenea, specialiștii recomandă evitarea alegerii serviciilor furnizate de un subcontractor, pentru că, în cazul apariției unor probleme, subcontractorul devine veriga slabă dintre client și Data Center-ul care oferă, de fapt, serviciile de hostare. În această fază, solicitarea opiniei clienților unui Data Center sau altul poate oferi informații utile asupra modului în care sunt furnizate în mod real serviciile, dincolo de marketingul furnizorului.

- Parametrii tehnici: capacitatea de operare a tipurilor de servere pe care clientul vrea să le hosteze, competențele pe acest tip de tehnologie, compatibilitatea tehnologiilor cu soluțiile și infrastructura existentă în Data Center, lărgimea de bandă pe care o oferă, numărul de furnizori Internet contractați de către Data Center, redundanța alimentării electrice, sistemele de răcire, de protecție antisismică, de asigurare în cazul întreruperilor de curent etc. alcătuiesc o a doua baterie importantă de criterii de triere a posibilor furnizori.

- Securitatea: deși este inclusă, de obicei, în parametrii tehnici, este un element cheie în mecanismul luării unei decizii de hostare. Nu sunt rare cazurile clienților

care, chiar dacă sunt convinși de superioritatea condițiilor și serviciilor pe care un Data Center le poate oferi, atunci când vine vorba de securitate tot soluția in-house le pare cea mai sigură. Și asta chiar dacă nu investesc semnificativ în sistemele de securitate fizică sau în soluțiile informatice performante. Recomandarea specialiștilor către furnizori este că acest impas poate fi depășit cel mai rapid prin prezentarea pe viu și detalierea modului de funcționare a sistemelor de securitate utilizate în cadrul Data Center-elor. Recomandarea este va-

Securitatea, calitatea serviciilor și predictibilitatea costurilor sunt argumente solide în favoarea colocării

labilă și din perspectiva clienților, care pot și trebuie să solicite furnizorilor o vizită și explicații in extenso asupra modului în care le este asigurată protecția.

- Nivelul de servicii: nu toate Data Center-le oferă și servicii adiacente colocării, iar cele fac acest lucru nu le includ „la pachet” cu hostarea, ci le livrează contra unor costuri. Prin urmare, trebuie analizată cu atenție toată paleta de servicii oferite și decelate cele cu adevărat necesare de cele care ar putea avea o utilitate limitată. Apoi, trebuie evaluată cu cât mai multă obiectivitate calitatea acestor servicii. Și în această etapă, opiniile clienților existenți, dar mai ales ale celor care au renunțat la serviciile respectivului furnizor, sunt mai mult decât utile.

Atenție trebuie acordată însă și negocierii SLA-urilor, a duratei contractului, a modalităților de modificare, reziliere sau extindere a acestuia etc.

Costul trebuie pus în balanță

Enumerarea rapidă a parametrilor de mai sus reprezintă doar o trecere în revistă a principalelor zone pe care o companie decise să aleagă un furnizor de servicii de colocare ar trebui să se concentreze. Evident, această listă poate și trebuie detaliată și, mai ales, personalizată pe specificul fiecărei companii.

Desigur, există recomandări conform cărora minim două unități UPS, două generatoare de curent etc. reprezintă condiții sine qua non, de la care un potențial client nu trebuie să abdice. Sunt opinii juste, poate, dar care pentru anumite companii reduc sensibil aria de alegere, deoarece, în final, oferă ca rezultat un furnizor care nu întrunește condițiile de preț.

Chiar dacă nu este pe placul vendorilor-furnizorilor și oricât ar prima calitatea serviciilor, condițiile și facilitățile oferite de un Data Center etc., costul rămâne un factor decisiv în alegerea unui furnizor de servicii de colocare. Ideea este însă de a face această alegere în cunoștință de cauză, adică nu doar din perspectiva considerentului financiar, ci punând în balanță costurile cu beneficiile obținute și potențialele riscuri, respectiv pagube. Un demers care poate fi pus în practică printr-o analiză atentă și obiectivă a nevoilor și ofertei existente.





Proiectele științifice din centrele de cercetare vor fi puse în valoare de Comunitatea Virtuală Interuniversitară

- 6.000 de studenți se vor putea implica în inovarea și valorificarea proprietății intelectuale în mediul de business

Un complex proiect educațional intră în această toamnă în perioada de maturitate, o dată cu acreditarea a trei Centre de Cercetare și începerea primelor cursuri de formare în domeniul cercetării științifice. „Comunitatea virtuală interuniversitară pentru știință, tehnologie, inovare și valorificare a proprietății intelectuale” (www.cviu.ro) este un proiect strategic POSDRU, cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, proiect început la 1 noiembrie 2010 și care se va întinde pe o perioadă de 3 ani. Simona Tănase, managerul acestui proiect din partea Ministerului Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului, ne-a condus pe nivelele diferite ale acestei construcții, oferindu-ne, pe lângă detalii interesante, o viziune de ansamblu.

■ Alexandru Batali

În ce constă unicitatea proiectului „Comunitatea Virtuală Interuniversitară”?

Proiectul „Comunitatea Virtuală Interuniversitară” (CVIU) își propune dezvoltarea unui sistem de inter-relaționare a centrelor de cercetare, un loc unde se pot crea profiluri de proiecte, unde se pot înscrie, pe baza competențelor, studenți și profesori și unde pot crea cereri de finanțare, primi suport tehnologic și material. Toate acestea vor avea la bază formarea unui centru virtual de documentare care va îngloba cărți și tratate de specialitate, teme de cercetare anterioare, studii de caz și rapoarte, cât și proiecte de cercetare la nivel internațional.

Titlul complet al proiectului este Comunitate Virtuală Interuniversitară pentru știință, tehnologie, inovare și valorificare a proprietății intelectuale, fiind la inter-

secția dintre mediul universitar (studenții interesați de cercetare) și zona de business (companiile) pentru care se pun la dispoziție rezultatele cercetării, dar care poate participa și ca inițiator al temelor de cercetare universitară, așa cum este parcursul firesc al cercetării la nivel mondial.

Ce specific vor avea centrele de cercetare care vor crea rețeaua interuniversitară?

Universitățile au dorit prin acest proiect să creeze un consorțiu și să acrediteze prin Autoritatea Națională pentru Cercetare Științifică trei centre pilot de cercetare, dar nu de tip clasic, ci cu specific clar, centrate pe inovare și transfer tehnologic. Aceste trei centre de inovare și transfer tehnologic se vor înființa în cadrul celor 3 universități partenere (Universitatea

Politehnica din București, Universitatea din Craiova și Universitatea de Vest din Timișoara) și se află în acest moment în stadii diferite de acreditare.

Avantajul alegerii acestor trei universități este dat de specificul lor diferit în ce privește facultățile, temele și proiectele de cercetare, care vor fi astfel diferite, variate. Dacă Universitatea Politehnica din București se concentrează pe partea tehnică, în cadrul Universității din Craiova și, mai ales, a Universității de Vest din Timișoara, predomină latura umanistă a domeniilor de studiu.

Centrele nu vor fi doar virtuale, vor exista și fizic. Toate universitățile implicate în proiect au trebuit să amenajeze



Simona Tănase, manager proiect
Comunitatea Virtuală Interuniversitară



spații care să permită lucrul cu grupe de seminar compuse din aproximativ 20 de persoane, iar Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului le asigură partea de suport hardware și software, management și posibilitatea de a avea parte de încă o formă de sprijin în sistem.

Accesul la platforma virtuală va fi unul larg în perioada de proiect: partenerii universităților participante și un grup țintă de 6.000 de studenți. Deși este o zonă de cercetare, unde profesorii, prin poziția și experiența acumulată dau tonul, în final se dorește ca studentul să învețe să facă un proiect de cercetare, să-l pună pe această platformă și, în timp, să implice cât mai multe persoane din mediul economic pentru a finanța o parte din ideile lor.

Care sunt perspectivele, obiectivele principale spre care vă îndreptați?

Obiectivul general al proiectului vizează educația și formarea profesională în sprijinul creșterii economice și dezvoltării societății bazate pe cunoaștere. Astfel, proiectul se concentrează pe creșterea gradului de inserție al studenților pe piața muncii prin dezvoltarea calității comunicării și îmbunătățirea serviciilor oferite studenților și profesorilor. Proiectul vizează și dezvoltarea rutelor flexibile de învățare pe tot parcursul vieții, creșterea accesului la educație și formare prin promovarea rețelelor virtuale de știință, tehnologie, inovare, de valorificare a proprietății intelectuale din universități. Proiectul reprezintă și o modalitate de a atrage tinerii în direcția urmăririi unei cariere în zona cercetării universitare.

Succesul proiectelor depinde, în mare măsură, de calitatea, profesionalismul partenerilor atrași. Cine sunt principalii parteneri cu care veți merge pe acest drum?

În proiect sunt implicate trei universități din România care vor asigura implementarea: Universitatea Politehnica din București, care a propus în 2009 dezvoltarea acestui proiect, Universitatea de Vest din Timișoara și Universitatea din Craiova. Un partener transnațional, Institute de Recherche en Electronique, Microtechnologie, Instrumentation et Systemes (IREMIS) din Rouen (Franța), ne va oferi expertiza (modele de platformă, de cercetare, de organizare, idei), com-

pania The Red Point este partenerul IT care concepe platforma virtuală, iar Gold Agama Consulting este partenerul nostru pe parte de comunicare. Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului, în calitate de beneficiar și coordonator, va asigura suportul necesar tuturor acestor parteneri pentru buna derulare și reușita proiectului.

Un alt factor cheie într-un asemenea proiect îl reprezintă calitatea cursurilor și a formatorilor. Cine sunt specialiștii care vor acoperi aceste componente esențiale?

În primul rând sunt profesorii universitari care reprezintă cele trei universități partenere, reprezentarea în cadrul proiectului fiind la nivel de vârf, participând în acest sens specialiști din cadrul universităților partenere, profesioniști pentru care cercetarea reprezintă o prioritate în activitatea de zi cu zi.

În cadrul proiectului vor începe din această toamnă o serie de cursuri propuse de colectivul de cadre didactice implicat activ în proiect. În număr de cinci, tematica acestora acoperă subiecte precum: Brevetarea invențiilor în România și Uniunea Europeană, Jurisprudența actuală în domeniul proprietății intelectuale, Valorificarea drepturilor de proprietate intelectuală în universități, Bazele managementului inovării și transferului tehnologic și Managementul antreprenorial al proiectelor de cercetare, dezvoltare, inovare.

În ce măsură vă propuneți să revitalizați și să creșteți nivelul competențelor celor care participă la crearea de proiecte științifice?

Avem marele avantaj al prezenței în cadrul parteneriatului al partenerului transnațional Institute de Recherche en Electronique, Microtechnologie, Instrumentation et Systemes (IREMIS) din Rouen, Franța, partener care ne pune la dispoziție materiale de calitate în ceea ce privește experiența internațională pe care o deține institutul pe domeniul cercetării. Partenerii universitari din România pot solicita oricând materiale de cercetare, experiență și roadele bunelor practici în cercetare din partea partenerului din Franța.

Scopul proiectului este implementarea soluției de centru interuniversitar pilot



de cercetare, comunicare și valorificare a proprietății intelectuale, în primul rând, în universitățile implicate în proiect. Pentru îndeplinirea acestui scop a fost identificat un grup țintă de 6.000 de studenți din cele trei universități românești, beneficiari direcți ai proiectului.

În concluzie, din orice direcție ai privi, reiese clar că acest proiect va fi o sursă de competențe suplimentare pentru toți cei care vor participa.

Care sunt principalele provocări ale acestui proiect din perspectiva unui Project Manager?

Din punctul meu de vedere, cel mai interesant este să faci lucrurile să se întâmple gestionând relația cu entități diferite. Mă refer la zona academică a educației, cu rigorile ei, la sfera cercetării, care înseamnă o libertate a minții, la zona publică reprezentată de Ministerul Educației, dar și la zona privată, care trebuie pusă în slujba acestor oameni pentru a fi mulțumiți de activitatea în care s-au angrenat. E greu de armonizat oameni cu formări, personalități, experiențe diferite. Din această perspectivă, un manager de proiect are de jucat un rol asemănător celui al unui dirijor, al unui profesor sau al unui integrator IT, simultan sau pe rând. Mă ajută faptul că sunt profesor la bază și am multă răbdare în a rezolva multiplele situații care apar în derularea proiectului, dar am avut și șansa de a fi cu echipa proiectului încă de la început, din faza de scriere, cunoscând astfel îndeaproape evoluția proiectului, detaliile sale. ■

Sinteza chimică de la cercetarea fundam

Materialele avansate au fost identificate de Uniunea Europeană drept una dintre tehnologiile generice cheie (Key Enabling Technologies-KETs), permanent dezvoltate pe parcursul evoluției atât a industriilor high-tech, cât și a celor tradiționale, din necesitatea de a crea materiale concepute pentru a asigura funcții și proprietăți specifice. O problemă care se pune din ce în ce mai acut în competiția economică globală este aceea a găsirii nișelor de piață, care să asigure valorizarea maximă a know-how-ului înglobat în aceste materiale. Au apărut, astfel, noi tendințe care conduc la definirea materialelor cu valoare adăugată (Value Added Materials-VAM).

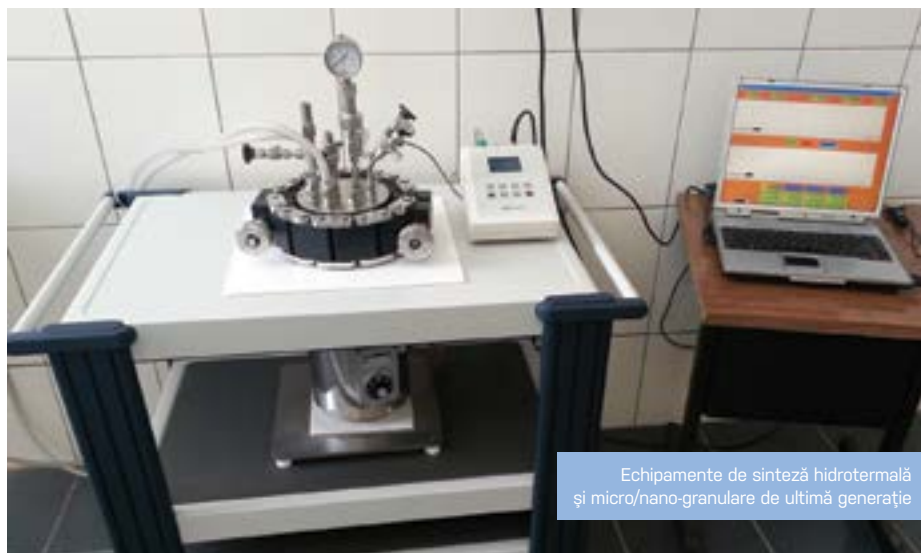
Acestea sunt acele materiale avansate caracterizate prin: proces de producție complex, cuprinzând know-how în mod intensiv; proprietăți noi, superioare, pentru aplicații structurale sau funcționale; potențial de a contribui la obținerea de avantaje com-

petitive pe piață și de a se adresa marilor provocări globale ale epocii actuale.

Comisia Europeană, prin Directoratul General pentru Cercetare și Inovarea Tehnologiilor Industriale, a aprobat deja un raport elaborat de Oxford Research AS în 2012 privind tehnologiile și per-

spectivile de piață ale VAM, care cuprind metale și aliaje feroase și neferoase, ceramice, polimeri, semiconductori și materiale compozite pentru aplicații nișă. Studiul a fost întocmit pe baza punctelor de vedere atât ale experților din domeniul materialelor, cât și ale investitorilor și consultanților în domeniul investițiilor (capital de risc și fondurile private de capital), ceea ce constituie o nouă abordare. Domeniile industriale cheie identificate cuprind: energia (generarea, distribuția și stocarea, utilizând ca materiale avansate electroliți solizi, supercapacitori, nano-materialele pentru cataliză și aplicații structurale în condiții extreme, semiconductori sau materiale organice și hibride pentru celule solare), protecția mediului (tehnologii și materiale pentru captarea carbonului, tratarea apelor, membrane pentru nanofiltrare), sănătatea (medicamente cu eliberare controlată, biosenzori) și tehnologia informațiilor și comunicațiilor (de ex. materiale superconductoare sau organice și hibride pentru componente electronice transparente). Primele 3 domenii acoperă împreună 80% din dorințele potențiale ale investitorilor. În acest context, problema pentru România este găsirea nișelor de piață care să corespundă atât expertizei și infrastructurii actuale din institutele de cercetare, cât și nevoilor firmelor autohtone ce pot obține avantaje economice prin transferul de cunoștințe și tehnologii realizate.

Metodele chimice, prin varietatea lor (frecvent utilizate fiind metodele hidro-litice, procesele sol-gel, sinteza organică, chimia coloidală, sinteza solvothermală), permit sinteza unui număr practic nelimitat de sisteme nanostructurate din toate clasele de materiale și, în mod deosebit, controlul precis al proceselor de nucleație și creștere și tunabilitatea lor cu sistemele vii.



Echipamente de sinteză hidrotermală și micro/nano-granulare de ultimă generație

a materialelor avansate: experimentală la nișele de piață

Soluții autohtone

Legat de domeniul KETs materiale avansate, cercetătorii români au propus deja câteva soluții unice, inovatoare pe plan național și chiar european, realizate prin sinteza chimică în soluții a unor noi materiale ceramice, compozite și hibride anorganic-organic cu valoare mare. Cercetările au acoperit toate aspectele legate de cercetarea fundamentală (modelarea moleculară, termodinamică, cinetică și de proces), cercetarea și dezvoltarea experimentală a soluțiilor propuse ca demonstrator și caracterizarea chimică și micro-structurală complexă a noilor materiale.

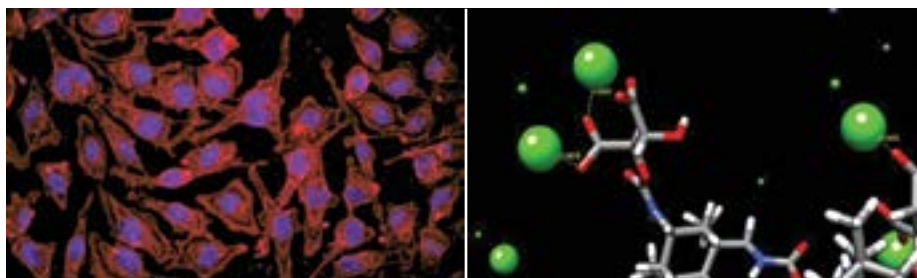
Echipamentele existente și cele recent achiziționate în mai multe centre de excelență finanțate prin fonduri structurale permit trecerea de la faza de laborator spre verificarea soluțiilor tehnologice propuse la nivel pilot pentru a asigura automatizarea și controlul calității (control on-line, puritate, distribuția dimensiunilor, reproductibilitate, fiabilitate, standardizare), protecția mediului (siguranța în manipulare, efecte reduse asupra mediului, ciclu de viață ridicat) și efecte economice la utilizator (tunarea pe cerințele firmei, costuri reduse, randament ridicat).

Rezultatele obținute arată faptul că în domeniul sintezei chimice a materialelor avansate există un potențial ridicat, care poate asigura participarea cu succes a cercetătorilor din România în programul ORIZONT 2020.

Dr. ing. Roxana Mioara Piticescu - Director Științific la Institutul Național de Cercetare - Dezvoltare pentru Metale Neferoase și Rare (IMNR)



Echipamente de sinteză hidrotermală și micro/nano-granulare de ultimă generație



Simularea unei structuri hibride anorganic-organic și creșterea celulelor vii pe filme subțiri din materiale hibride (colaborare în cadrul rețelei COST TD 0802)

„Central European Workshop on Quantum Optics” (CEWQO-2012)

Conferința „Central European Workshop on Quantum Optics” (CEWQO-2012) (www.theory.nipne.ro/cewqo12/), desfășurată la Centrul Internațional de Conferințe „Casino” și Hotelul Palace din Sinaia, în perioada 2-6 iulie 2012, reprezintă a 19-a ediție din seria conferințelor internaționale anuale itinerante, dedicate prezentării celor mai avansate rezultate științifice obținute în optica cuantică și fizica informației cuantice, domenii extrem de moderne, ce cunosc un avânt impresionant la nivel mondial.

Organizarea acestei ediții a CEWQO în România este consecința unei selecții internaționale de oferte, alegerea României ca țară gazdă reprezentând o recunoaștere a contribuției comunității fizicienilor români care activează în domeniu în context european. Ultimele ediții ale CEWQO s-au desfășurat la Madrid (Spania), St. Andrews (Marea Britanie), Turku (Finlanda), Belgrad (Serbia), Palermo (Italia), iar la Sinaia s-a stabilit ca următoarea ediție, cea din 2013, să se desfășoare la Stockholm (Suedia).

Conferința a fost organizată de Institutul Național de Fizică și Inginerie Nucleară „Horia Hulubei” (IFIN-HH), București-Măgurele, iar Universitatea București a fost co-organizator. CEWQO-2012 se înscrie în rândul manifestărilor științifice de cel mai înalt nivel internațional, reunind lideri din domeniu din 30 de țări din Europa, America de Nord, America de Sud, Asia, Australia. Numărul total al participanților a fost de 200, dintre care 197 de participanți efectiv la lucrările conferinței și 3 reprezentanți ai unor mari edituri științifice internaționale: Institute of Physics Science (Marea Britanie) - Physica Scripta, Europhysics Letters, New Journal of Physics, și Nature Photonics (Japonia), din 112 instituții reprezentative – 84 de Universități și 28 de Institute de cercetare.

Tematica conferinței a cuprins: aspecte fundamentale ale opticii cuantice și meca-

nicii cuantice; corelații cuantice, entanglement cuantic; stări ne-clasice; procesarea informației cuantice; sisteme cuantice deschise; cavități și circuite în electrodinamica cuantică; optică cuantică cu neutroni,



atomi, molecule; optică cuantică în sisteme de materie condensată. În particular au fost abordate protocoale de mare interes și perspectivă din cadrul procesării informației cuantice, cum sunt criptografia cuantică, teleportarea cuantică, computerele cuantice. De asemenea, trebuie menționată prezentarea în fața audienței a programului științific propus pentru Extreme Light Infrastructure – Nuclear Physics (ELI-NP), cea mai

mare investiție științifică a anilor următori din România, a cărei construcție va începe în următoarele săptămâni.

Numărul total al comunicărilor prezentate este de 189, majoritatea susținute de către cercetători de top, dar și studenți, doctoranzi și cercetători post-doctorali: 71 de lecții invitate, 51 de prezentări orale și 67 de postere. Cele mai reprezentative lucrări prezentate vor fi publicate sub formă de Proceedings al CEWQO-2012, ca Topical Issue al revistei Physica Scripta (cotat ISI).

La închiderea conferinței au fost acordate trei diplome și premii pentru cele mai bune lucrări – poster, prezentate de studenți sau doctoranzi, din partea Societății Europene de Fizică, revistei Physica Scripta și IFIN-HH.

Conferința a primit sprijin de la Societatea Europeană de Fizică, prin promovarea manifestării la nivel internațional și asigurarea informării instituțiilor academice și de cercetare internaționale și a participanților. De asemenea, CEWQO-2012 a primit un sprijin financiar substanțial din partea Proiectului internațional European Q-ESSENCE, coordonat de Universitatea din Varșovia, și din partea revistei Europhysics Letters. Totodată a fost obținută aprobarea din partea Inițiativei Central Europene (ICE) pentru primirea unui suport financiar pentru participanții din țările ICE. Sprijin financiar a fost primit și din partea companiilor românești BitDefender și Axxess Capital.

Conferința CEWQO-2012 a reprezentat una dintre cele mai importante manifestări științifice din domeniul fizicii din ultimele decenii din România, atât prin numărul mare de participanți străini, cât mai ales prin valoarea acestora și calitatea prezentărilor. A fost o manifestare de prestigiu care va contribui, sperăm, la creșterea calității cercetării științifice din România în domeniul fizicii teoretice în general și, în particular, al fizicii informației cuantice. ■

■ **Prof. dr. Aurelian Isar**
Șef Departament Fizică
Teoretică, IFIN-HH
Chairman CEWQO-2012

Măsurători de unghi de contact:

aplicații la suprafețe rugoase/funcționalizate

Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare pentru Fizica Materialelor (INCDFM) se ocupă recent cu studierea caracteristicilor de udare ale unor materiale solide (de ex. materiale textile), investigații importante pentru explorarea unor aspecte fundamentale și aplicative ale materiei condensate. Materialele textile țesute sunt suprafețe neideale, rugoase, ale căror proprietăți hidrofobe sunt adesea de interes.

■ Dr. Ligia Frunză,

■ Dr. Irina Zgură,

■ Dr. Florin Cotorobai,

INCDFM, București-Măgurele

Unghiul de contact dintre o picătură de lichid și o suprafață solidă este un indicator sensibil al modificărilor energiei superficiale și ale structurii chimice și supramoleculare pe suprafață; cunoașterea lui permite estimarea tipului de interacțiune dintre acea suprafață și lichid și are multiple aplicații în procese de spălare, vopsiri, tipărire, lipire, laminare etc. sau la producerea de compozite cu rezistență mecanică bună. Mai mult, studii actuale în nanotehnologie au stimulat dezvoltarea de noi materiale cu suprafețe hidrofobe și interfețe cu adeziune și frecare reduse, unghiul de contact static între picătura de apă și suprafață fiind cel care caracterizează hidrofobitatea suprafeței.

Între metodele de măsurare ale unghiului de contact, metoda picăturii așezate este foarte mult utilizată, date fiind avantajele pe care aceasta le reprezintă. Astfel, se analizează forma meniscului unei picături puse pe suprafața care urmează a fi examinată: este vorba despre o cantitate foarte mică de lichid, a cărei observare se realizează cu un sistem adecvat de iluminare și camere de luat vederi. Incertitudinile în estimarea unghiului provin de la localizarea liniei de bază, de la identificarea punctului triplu de contact solid-lichid-aer și de la trasarea tangentei în acest punct. Există un

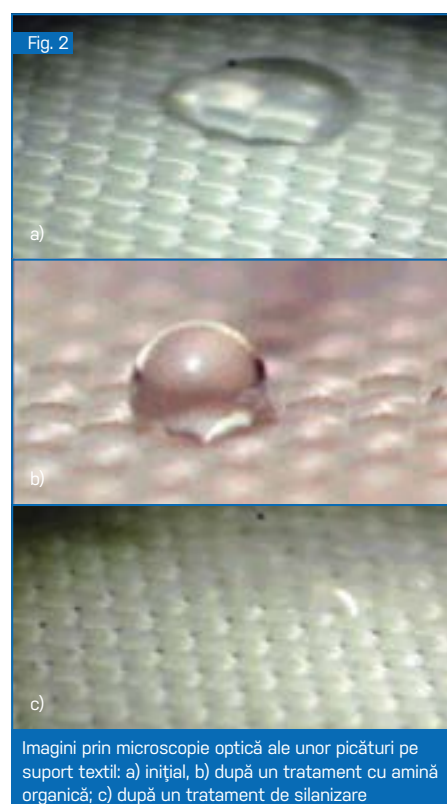
procedeu numeric (model axisimetric de analiză a formei sau abreviat ADSA) care permite erori de numai 0.1° .

Multe tipuri de suprafețe nu sunt ideale, adică netede, plane și omogene: suprafețele textile sunt, până la un punct, rugoase, depinzând de structura firului și a țesăturii, a felului în care fibrele din fir se aranjează în produs. Udarea suprafețelor textile devine un proces complicat legat de rugozitate, eterogenitate, difuzia lichidului în fibre, acțiunea capilară a ansamblului de fibre; de aceea, se poate măsura mai degrabă un unghi de contact aparent al sistemului lichid-țesătură, unghi care este diferit de cel real.

Aplicarea modelului ADSA la aceste suprafețe necesită, deci, o abordare specifică, capabilă să evidențieze și să elimine artefactele privitoare la meniscul picăturii, întrucât în zona de contact pot apărea unele efecte, cum ar fi reducerea contrastului marginii picăturii, modificarea marginii picăturii în marginea umbrei, dispariția liniei orizontale de contact etc.

INCDFM a dezvoltat metode de studiu ale caracteristicilor de udare ale materialelor solide și are în dotarea sa echipamentul Drop shape analysis DSA 100 (Krüss), care permite măsurători de unghi de contact static și dinamic, precum și măsurători de tensiune superficială și interfacială la temperatura camerei sau măsurători în funcție de temperatură, în diferite atmosfere, până la 400°C . Colectivul (în colaborare cu partenerii săi) are acum experiență în domeniul studiului proprietăților de udare, inclusiv pentru suprafețe rugoase sau modificate prin funcționalizare, din domeniul materialelor stomatologice sau textile.

În figurile 1 și 2 sunt redată aspecte caracteristice ale unor astfel de studii, unde se observă atât modificarea proprietăților de udare prin funcționalizare, cât și direcțiile după care are loc îmbibarea cu apă pe suprafață.



Cercetarea și inovarea ocupă un loc central în strategia de dezvoltare a MIRA TELECOM

Compania a construit un Centru de Cercetare privat în Joița (Giurgiu)

Stelian Ilie, președintele MIRA TELECOM, ne-a acordat un interviu pe parcursul căruia am aflat cum este gândită evoluția Centrului, importanța pe care o acordă atragerii și formării de specialiști, dar și cât de vital este să avem o politică de stat coerentă, care să sprijine cercetarea românească în domeniul privat.

Când estimați că vor deveni funcționale laboratoarele, iar ocuparea, sub aspectul resurselor umane, va fi maximă?

Am finalizat construcția clădirii Centrului de Cercetare în august 2012. De asemenea, am achiziționat o mare parte din echipamente. Laboratoarele vor deveni complet funcționale până în mai 2013. Valoarea totală a proiectului este de 8.462.942 lei (aproximativ 2 milioane de euro), din care contribuția MIRA TELECOM este de aproximativ 60%. Tot proiectul va ajunge însă la o investiție finală de 4 milioane de euro. Construim un loc decent, în care oamenii să aibă o cantină, spații de cazare și training, un spațiu pentru micro-producție. Cercetarea e o activitate care nu se face cu program fix. Dorim să oferim specialiștilor noștri toate condițiile.

Laboratoarele vor fi utilizate pentru cercetare în domeniile: software, echipamente de securitate, cercetări multidisciplinare (electronică, biofizică, biochimie) și încercări complexe (în diverse condiții climatice, medii electromagnetice,

mecanice). Tot până în mai 2013 vom atinge și numărul de angajați permanenți prevăzuți prin proiect, respectiv 22. Am angajat deja 10 specialiști, cu studii superioare și experiență în activitatea de cercetare. Pe lângă aceștia, mai avem și 4-5 colaboratori externi.

Cine sunt principalii parteneri cu care veți reuși să atingeți obiectivele fixate?

Centrul de cercetare a fost gândit pentru a atrage specialiști capabili să coordoneze proiecte de cercetare complexe și facem demersuri în acest sens încă de câțiva ani. Mă refer în special la colaborarea strânsă pe care o avem cu Institutul de Fizică și Inginerie Nucleară Horia Hulubei, Facultatea de Fizică din cadrul Universității București și Universitatea Politehnica București.

MIRA TELECOM a derulat anul acesta un program de internship și a acordat trei burse de excelență studenților de la Universitatea Politehnica București, pasionați de cercetare. Este o modalitate de a atrage în companie și în noul centru de cercetare, viitori specialiști, încă de pe băncile facultății. De asemenea, colaborăm de multă vreme cu cercetători de prestigiu din mediul academic, în cadrul proiectelor noastre care necesită muncă de cercetare.

Cum gândiți în cadrul acestui Centru cooperarea cu mediul economic?

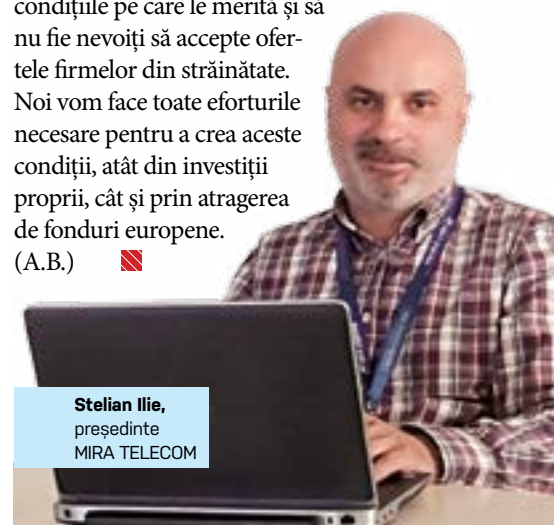
Vom fi deschiși atât la posibilitatea de a derula proiecte de cercetare în parteneriat cu alte companii, cât și la varianta derulării de cercetări separate. Centrul nostru va avea toată infrastructura și dotarea necesară pentru a dezvolta proiecte complexe de cercetare.

Ce rol are cercetarea & inovarea în strategia de dezvoltare a companiei?

Produsele furnizate și dezvoltate de cele patru companii din cadrul grupului (Mira Telecom, Mira Technologies, Mira Software și Logika IT Solutions) implică în multe situații muncă de cercetare. Acesta este unul dintre motivele principale pentru care cercetarea și inovarea ocupă un loc central în strategia noastră de dezvoltare. De acest obiectiv se leagă și sprijinul pe care îl acordăm în mod constant dezvoltării unei comunități științifice tinere, formată în spiritul performanței și competiției.

Dezvoltarea economică a unei țări depinde foarte mult de investițiile făcute în cercetare. Companiile de profil din țările dezvoltate ale UE beneficiază de sprijin consistent în domeniul cercetării prin politicile practicate de guvernele țărilor respective. România are avantajul extraordinar de a avea ingineri foarte buni, a căror știință poate fi utilizată în folosul companiilor românești. Este nevoie însă de o politică coerentă la nivel de stat pentru a sprijini cercetarea românească în domeniul privat. Ca să poți avea tehnicieni și ingineri buni în țară, în special în zona de High Technologies, este nevoie de investiții serioase în personal și dotarea materială, pentru ca acești oameni să își poată desfășura activitatea în condițiile pe care le merită și să nu fie nevoiți să accepte ofertele firmelor din străinătate. Noi vom face toate eforturile necesare pentru a crea aceste condiții, atât din investiții proprii, cât și prin atragerea de fonduri europene.

(A.B.) ■



Stelian Ilie,
președinte
MIRA TELECOM

Anritsu Solutions

Își extinde departamentul de cercetare pe plan local

Anritsu Corporation a fost înființată în anul 1895 și este listată la bursa de la Tokyo. Compania are un număr de aproximativ 3.600 de angajați la nivel mondial, 12 filiale japoneze și 42 de filiale în America de Nord, America Centrală și de Sud, Europa, Orientul Mijlociu, Africa și Asia.

Cu un portofoliu extins de produse, de la echipamente de testare și măsurare a rețelilor de mare viteză, la soluții complete de monitorizare și întreținere a rețelilor de telefonie, Anritsu Corporation este recunoscută ca fiind un furnizor global de soluții hightech în domeniul IT&C, lider în domeniul telecomunicațiilor radio, optice și al industriei de comunicații terestre și wireless, fiind un partener-cheie pentru cei mai mari operatori de telecomunicații din întreaga lume.

Lansarea filialei locale Anritsu Solutions SRL a avut loc în data de 5 octombrie 2010, în București. Echipa oferă servicii de asigurare a calității pentru MasterClaw™ – produs emblematic în portofoliul Anritsu OSS și un element cheie în managementul rețelilor moderne de telecomunicații. MasterClaw asigură monitorizarea completă (end-to-end) pe bază de probe non-intruzive pentru rețele convergente de telefonie, fiind un lider în domeniul monitorizării și a calității serviciilor pentru rețelele GSM, GPRS, UMTS, VoIP și LTE.

În 2010, firma a pornit la drum cu un număr de 4 angajați, axându-se numai pe

executarea testelor de acceptanță a Produsului MasterClaw, în scopul creșterii calității.

La începutul acestui an, s-au pus bazele unui nou departament, Research & Development, unde elementele de lucru variază de la consolidarea funcționalității existente, până la implementarea aplicațiilor noi. Fazele ciclului de dezvoltare software sunt: analiza cerințelor și a specificațiilor, definirea arhitecturii software, implementarea soluției alese, depanarea și testarea componentelor SW, întregul ciclu fiind realizat în București și Roma.

Astfel, recrutările au trecut printr-o dinamică accelerată începând cu anul 2012. Compania și-a propus să recruteze un număr de 10 programatori, poziții care pleacă de la cele de juniori la cele mai avansate, precum de seniori și team leader.

De ce Anritsu? Pentru că este o firmă cu tradiție, iar succesul vine din efortul colectiv, la nivel global. Fiecare angajat vine în Anritsu cu un talent, iar mai departe găsește oportunitatea de a și-l cultiva prin programe de dezvoltare. Aici are șansa de a experimenta un mediu avansat din punct de vedere tehnic, dar și oportunitatea de a crește într-un context internațional și dinamic.

În această societate, oamenii, lucrurile care ne înconjoară și informațiile ne-au ținut conectați în timp, spațiu, indiferent de frontierele naționale, creând noi industrii și servicii.

Deoarece business-ul nostru devine din ce în ce mai complex, suntem într-o continuă căutare de talente.

Grupul Anritsu și-a setat deja idealul său pentru următorii ani și anume să-și mențină poziția de top pe piața de telecomunicații, la nivel global.

www.anritsu.com/en-GB/Products-Solutions/Service-Assurance

Daniela Iancu
HR Representative
Anritsu Solutions SRL

Anritsu

Delegarea autorității

și transformarea companiilor cu

Cerințele pentru mobilitatea angajaților au crescut dramatic ca urmare a evoluțiilor tehnologice din ultimii ani. Conform unui raport IDC, numărul angajaților mobili care accesează diferitele aplicații de management al informațiilor va acoperi o pătrime din populația globului până la sfârșitul lui 2013. Angajatul mobil poate alege, practic, dintr-o multitudine de aplicații, funcționalități, terminale și tehnologii cu aplicații în mobilitate atunci când vine vorba de putere de procesare și de acces/transfer rapid de informații. Nici o platformă, nici un dispozitiv sau tehnologie nu va domina însă mediul de business în viitorul apropiat. Acest lucru simplifică mult munca angajaților mobili, dar complică nesperat de mult munca și provocările departamentelor IT.

Angajații mobili, indiferent de timpul pe care îl petrec pe teren, au acces la tehnologii de ultimă generație, care le oferă acces instant la aproape orice tip de informație de business. Specialiștii în mobilitate dezvoltă aplicații și integrează echipamente de ultimă generație bazate pe ultimele tehnologii disponibile la nivel internațional și automatizează procese de business până nu de mult primate ca adevărate provocări la nivel de mobilitate. Angajații mobili trec astfel de la statutul de simpli angajați informați la cel de angajați împuterniciți să ia decizii proactive, specifice jobului pe care îl prestează în teren.

Aplicațiile centrate pe mobilitate sunt orientate din ce în ce mai mult către interfețe specifice unui nou tip de utilizator – consumator de tehnologie de ultimă generație, care preferă aplicații simple, focusate și, mai ales, integrate în soluții complexe. Internetul contribuie și el la expansiunea mobilității în rândul angajaților mobili, pe măsură ce inteligența și senzorii sunt adăugați în echi-

pamentele mobile industriale. Tehnologiile de recunoaștere a imaginii obiectelor, oamenilor, clădirilor, locurilor sunt deja incluse în echipamentele industriale cu aplicabilitate într-o arie largă de industrii, iar realizarea plăților cu ajutorul tehnologiei NFC (Near Field Communication) revoluționează deja industria de retail.

Aplicațiile care se bazează pe experiența user-ului și pe puterea de procesare contextuală folosesc informațiile despre un user sau despre obiectele din mediul acestuia, despre activități, conexiuni și preferințe pentru a îmbunătăți calitatea interacțiunii cu user-ul sau obiectele înconjurătoare. Aplicațiile de business care anticipează nevoile user-ilor și îi servesc proactiv cu conținut customizat și relevant, cu produse și servicii sunt și ele pe val și din ce în ce mai mult folosite în industria de retail.

Noi soluții tehnologice

Mobilitatea atinge, datorită evoluțiilor tehnologice, un nivel la care în urmă cu câțiva

ani doar visam. În calitate de implementatori de aplicații pentru mobilitate, singurii din piață cu focus clar doar pe mobilitate, căutăm soluții care să simplifice pe de o parte activitățile angajaților mobili, dar care să ofere pentru companii economii de costuri și simplitate în mentenanță și service.

Credem că HTML5 va schimba cumva jocurile în mediul de business cu forțe mobile pe teren (forță de vânzări, agenți de distribuție, echipe de service, angajați în depozite sau în magazinele de retail, angajați din administrația publică, care prin natura jobului sunt obligați să își desfășoare activitatea în afara birourilor etc). Această tehnologie creează un standard, o experiență consistentă și funcționează foarte bine pe toate dispozitivele. O dată cu adoptarea acestui standard în mediul mobil de business se obține o infrastructură mai bună, o implementare mai bună a aplicațiilor industriale și o funcționare excelentă pe orice tip de dispozitiv și, nu în ultimul rând, un control și un management mai bun al dispozitivelor mobile. Cu HTML5 angajații mobili devin hipermobili, ceea ce înseamnă un plus extraordinar la capitolul productivitate, transfer de conținut și transfer de putere informațională către angajați.

802.11ac deschide noi uși, datorită promisiunii pe care o face în zona vitezelor la nivel de gigabits. Folosită până acum ca o extensie a rețelelor (wired) mobile, tehnologia WI-Fi poate reinventa mediul de business, datorită sincronizării rapide a datelor, back-up-ului de volume mari de date sau transferului de fișiere mari de tip video sau oricărui alt tip de conținut. Echipamentele care acceptă acest standard pot atinge viteze de peste 6 Gbps.

Bluetooth 4.0 este tehnologia care eficientizează consumul de energie. Dezvoltată în special pentru dispozitive care colectează informații în mod frecvent, crește durata de viață a bateriei unui echipament

Mobilitate, powered by

SMART ID
MOBILITY-ORIENTED

către angajații mobili

ajutorul soluțiilor pentru mobilitate

mobil. Cu Bluetooth 4.0 se pot înregistra creșteri de 5-10 ori mai mari ale timpului de funcționare, în funcție și de profilul utilizatorului, ceea ce înseamnă mai multă productivitate pentru angajații mobili aflați în teren, viteze mai mari de transfer a datelor, indiferent de frecvență.

Rețelele dezvoltate pe standardul 4G LTE sunt de 10 ori mai rapide decât cele construite pe standardul 3G. Puterea de procesare a dispozitivelor mobile industriale a crescut odată cu implementările realizate pe acest standard. Cu putere mare de procesare și stocare în cloud, cu volume mari de date accesate prin intermediul conexiunilor 4G, echipamentele mobile inteligente și tabletele angajaților mobili vor fi capabile să depășească cu mult propria putere de procesare.

Echipamentele industriale dezvoltate special pentru angajații mobili din teren oferă funcționalitățile necesare de care au nevoie angajații mobili pentru a acționa acolo unde își desfășoară activitatea. Proce-sele sunt accelerate datorită automatizării și eliminării muncii manual, sunt eliminate erorile, sunt îmbunătățite atât productivitatea, cât și serviciile prestate clienților. La nivelul companiilor, principalele beneficii sunt economiile de costuri rezultate din managementul centralizat al echipamente-lor, platforme și sisteme de operare unice pentru aplicații și echipamente, productivitate mult mai mare a angajaților etc.

Echipamente mobile de ultimă generație

Smart ID Dynamics integrează aplicații și echipamente de ultimă generație, care ușurează munca departamentelor IT. Cu atât de multe sisteme de operare și cu multiple tipuri de dispozitive pe care trebuie să le coordoneze echipele IT, simplitatea în management trebuie să fie o condiție a mobilității.

Astfel, economiile de costuri realizate prin automatizarea completă a echipelor de pe teren s-ar pierde în costurile de mentenanță și service a echipamentelor. Pentru simplitate, dezvoltăm aplicații care se integrează facil cu multiple tipuri de dispozitive și sisteme de operare, care includ device level APIs, care le permite acces deplin la echipamente și la funcționalitățile și capabilitățile perifericelor, bazate pe HTML5, eventual cu planuri de suport continuu, dedicate pentru acele tipuri de echipamente emergente, cum sunt tabletele cu sistemele de operare Android. Avantajul este că aceste aplicații se vor comporta și vor arăta la fel, indiferent de tipul de dispozitiv folosit și vor oferi libertate totală acestora fără a crește costurile. Pentru noi asta înseamnă mobilitate, să împachetăm acele soluții de mobilitate care se pliază cel mai bine pe cerințele clienților cu forțe de muncă în teren – funcționalitățile de care au nevoie forțele mobile pe teren și departamentele IT și CEO pentru economii de costuri.

Dintre echipamentele mobile recent intrate în portofoliul nostru, tabletele mobile și computerele mobile inteligente sunt cele pe care le integrăm cel mai des în aplicațiile de tip enterprise implementate în ultimul timp. Tabletele sunt din ce în ce mai mult folosite ca un instrument esențial în aplicațiile de mobilitate, datorită ecranelor foarte largi care susțin interacțiunea și activitățile legate de customer service. Imaginați-vă doar un client care poate vizualiza toate accesoriile și serviciile aferente unui produs pe un singur ecran și ia decizia de achiziție în timp ce un vânzător îi explică detaliile și îi procesează instant comanda. Aceste tablete au integrate opțiuni multiple de conectivitate, viteze de transfer a datelor mari, sunt rezistente și, prin urmare, se pliază pe anumite standarde de robustețe (IP65), care le garantează durabilitatea în diverse medii ostile, au ecrane multi-touch care oferă vizibilitate excelentă, indiferent de mediul în care sunt folosite, folosesc materii

UNITECH TB100

- Prima tabletă robustă cu 3,7G, cu greutate de numai 600 gr, standard IP65
- Sistem de operare Android™ v3.2
- Ecran de 7" WXGA multi-touch, TFT LCD, construit pe tehnologie Gorilla® glass
- Baterie de mare capacitate, cu 6h independență
- Conectivitate WLAN 802.11 b/g/n, Bluetooth® 2.1 EDR, 3,75G
- Management la distanță



Motorola

ET1 Rugged Tablet

- Design de tip client retail, dar construită cu funcționalități enterprise
- Ecran cu display construit pe tehnologie Gorilla® Glass
- Conformitate cu standardul IP54, rezistă la căderi de la 1,2 m, la medii ostile și șoc termic
- Conectivitate, WLAN 802.11 b/g/n, Bluetooth®, 3,75G (opțional)
- Sistem de operare Android 2.3 cu MESA



prime de ultimă generație (e.g. anti-alunecare), care rezistă la căderi de la 1,2 m înălțime pe ciment, sunt foarte ușoare (cca 600 gr), au baterii de mare capacitate și sunt construite pe sisteme de operare care permit multi-user.

Mobilitate, powered by SMART ID

Piața aplicațiilor profesionale

Mobilitatea capătă din ce în ce mai multă importanță în strategiile de business ale companiilor din întreaga lume, fiind susținută de dezvoltarea pieței de aplicații dedicate mediului enterprise. Semnele încep să fie vizibile și pe plan local, unde companiile românești concurează direct cu marii venditori de software internaționali.

■ Radu Ghițulescu

In 2016, peste 80% din angajați vor utiliza propriile echipamente mobile pentru realizarea sarcinilor de serviciu, conform cabinetului de consultanță Gartner, care estimează că, la momentul actual, 50% din companiile din SUA și EMEA permit angajaților să acceseze prin propriile device-uri mobile rețelele de date.

O estimare confirmată de numeroase studii de piață, care demonstrează în mod clar că mobilitatea capătă din ce în ce mai multă importanță în strategiile de business ale companiilor din întreaga lume. În 2010, un studiu internațional realizat de Forrester Research arăta că angajații a 89% din companiile de dimensiuni mici și medii intervievate utilizau deja propriile device-uri mobile pentru accesarea și

operarea corespondenței electronice profesionale. Că o făceau sau nu cu acordul respectivelor companii, respectând politicile și regulile de securitate ale respectivelor companii, este o altă discuție. Cert este însă că studiul citat releva un prim semnal al faptului că începeau să fie conștientizate beneficiile pe care mobilitatea le putea aduce.

Dincolo de avantajele evidente ale disponibilității crescute – traduse în creșterea eficienței per angajat –, valorificarea presupune însă dezvoltarea unui portofoliu de soluții dedicate mediului mobil. La nivelul anului 2010, studiul Forrester, releva, pe lângă utilizarea extensivă a mail-ului, un interes în creștere al companiilor (circa 74%) pentru aplicații de tipul

„Calendar“, pentru facilitarea lucrului colaborativ, și al instrumentelor de tipul „Contacte“. Astfel de soluții fac parte însă

În 2013, potrivit estimărilor cabinetului de analiză Syclo, forța de lucru mobilă va atinge un volum de 1,2 miliarde la nivel mondial.

din așa-numita categorie de aplicații „generaliste“, care, deși sunt extrem de populare și utile, nu acoperă aria cerințelor și nevoilor specifice de business.

Situația este, poate, explicabilă, dacă



iiilor mobile ia angajare

ne raportăm la gradul de dezvoltare al pieței de aplicații mobile din urmă cu doi ani. Când se considera că utilizarea de aplicații mobile specializate face sens doar în cazul așa-numiților „task workers”, facilitând automatizarea anumitor operațiuni. Dar, la momentul actual, ca efect direct al amplitudinii pe care a căpătat-o curentul BYOD (Bring Your Own Device), din ce în ce mai multe companii conștientizează nevoia unor portofolii de aplicații mobile dedicate fiecărei categorii de angajați (diferențiate pe profiluri de utilizatori). O evoluție firească, ținând cont de faptul că în 2013, potrivit estimărilor cabinetului de analiză Syco, forța de lucru mobilă va atinge un volum de 1,2 miliarde, ceea ce reprezintă aproximativ 35% din forța de muncă la nivel mondial.

Aplicații generaliste vs core-business

În aceste condiții, este evident că piața aplicațiilor mobile reprezintă o zonă de nișă cu un potențial de dezvoltare uriaș. Care a început să fie exploatată atât de către numele mari ale industriei software (precum SAP, Oracle, Microsoft etc.), cât și de către noii veniți pe această piață, dornici să valorifice cât mai rapid potențialul acestei zone emergente.

Și totuși, evoluția ofertei pe nișa Mobile Business Apps nu este atât de rapidă, în raport cu ritmul de adoptare a mobilității în mediul enterprise. (Comparația cu piața „Consumer” de aplicații mobile nu face sens.)

De exemplu, potrivit studiului comparativ realizat recent de cabinetul Research2Guidance, volumul aplicațiilor

TotalSoft, focus pe zona mobilității

„Rebranduirea diviziei de dezvoltare software în Acollada Software Development a venit ca urmare a nevoii de poziționare clară pe anumite tehnologii noi, pe zone de competență, pe proiecte de referință realizate în aproape 18 ani de existență. Charisma (sueta de soluții proprietare TotalSoft – n.r.) se bucură deja de vizibilitate atât pe piața internă, cât și internațională, însă TotalSoft înseamnă mult mai mult. S-a simțit nevoia unui brand dedicat pentru divizia de software development, cu o identitate vizuală originală, care să sublinieze capacitatea de inovație și maturitate a TotalSoft în proiecte de dezvoltare de software la cerere, aplicații web și soluții pentru dispozitive mobile. Este o chestiune de timp până când Acollada va fi un nume recunoscut în comunitățile de dezvoltatori din toată lumea. Prin intermediul Acollada, TotalSoft oferă servicii de dezvoltare de software la cerere oricărui tip de companie, locală sau internațională. Dezvoltarea de software este o puternică linie de business care ne-a adus în cei 18 ani de existență peste 300 de proiecte, în 25 de țări, pe 3 continente. Majoritatea clienților pe zona de mobilitate sunt clienți TotalSoft, companii care lucrează cu diverse aplicații de business de la noi, la care lipsesc un add-on de Business Intelligence, Sales Force Automation, Field Force Automation, monitorizare a vânzărilor etc. pe dispozitiv mobil (platforma iOS sau

Android). Aceste aplicații comunică cu cele centrale de gestiune a afacerii (ERP, CRM) și oferă oamenilor din teren (incluzând aici și managementul) mobilitate maximă cu informații în timp real. Avem însă și clienți care au contractat inițial dezvoltarea la cerere de soluții mobile, ca de exemplu Sodexo. Pentru ei am dezvoltat o aplicație de colectare a datelor din teren funcțională pe Android.

Pe piețele externe, unde adopția soluțiilor de mobilitate pentru companii este foarte ridicată, oferta noastră de aplicații pentru tablete și smartphones reprezintă calea de intrare a clienților în ecosistemul de aplicații TotalSoft.

În România, la momentul actual există un interes real pe zona aplicațiilor mobile dedicate mediului enterprise. Un bun exemplu în acest sens este verticala de distribuție, un domeniu a cărui esență este chiar mobilitatea. În această zonă, soluția SFA pe dispozitive mobile este larg răspândită. De asemenea, lanțurile private de clinici și-au manifestat interesul pentru aplicații mobile, pentru a oferi medicilor acces la fișa pacientului pe tabletă. Un alt exemplu este reprezentat de verticala de Telecom - Multiple Systems Operators, care realizează instalări pe teren, la domiciliul clienților, și care au nevoie de acces remote la informații.”

Bogdan Păduraru, Acollada Software Development Director TotalSoft

Un alt punct de vedere

„În cazul IT Six, decizia înființării unui departament de tehnologii mobile a venit ca urmare a creșterii numărului de cereri concrete venite din străinătate. Compania noastră noastră lucrează numai pentru piețe străine, în principal SUA și Europa de Vest. Credem că interesul pentru soluții mobile dedicate mediului enterprise este în creștere și în România. Dar, fiind o piață sensibilă la cost, rămâne problema prețului pe care firmele sunt sau nu dispuse să îl plătească pentru a beneficia de aceste soluții. La nivel de consumator individual suntem de părere că apetitul este mult mai mare pentru aplicații gratuite. Discutând recent cu firme românești care au soluții deja pentru piața locală, am constatat că, deocamdată, nu se vând suficient de multe aplicații cât să asigure venitul sperat de producător. Sperăm ca pe termen mediu și lung să ne îndreptăm însă în direcția bună, în care și mediul corporate devine consumator de tehnologie mobilă, formându-se astfel o piață în adevăratul sens al cuvântului.”

Sorin Găvănescu,
CEO IT Six Global Services

mobile dedicate mediului enterprise oferite în cadrul magazinelor de aplicații mobile s-a dublat în decurs de un an. În primul trimestru din 2012, raportat la perioada similară a anului trecut, a crescut de la 100.000 la 200.000 de Mobile Business Apps. Dar, potrivit aceleiași surse, doar 14% din aceste aplicații adresează zona de core-business, majoritatea soluțiilor provenind din următoarele categorii: „Business Communications/Social Networking”; „Finance”; „News&Magazines”; „Productivity” și „Tools/Utilities”.

Sunt categorii generale, iar criteriile de includere/catalogare și denumirile diferă de la magazin la magazin. Ceea ce, din perspectiva unei companii interesate de achiziția unei soluții mobile, crește dificultatea identificării aplicației adecvate. Motiv pentru care numeroase dintre companiile care perseverează în demersul găsirii unor soluții mobile optime, adecvate cerințelor și nevoilor proprii de business, apelează la dezvoltatorii de software pentru realizarea unor aplicații personalizate, „custom made”. (Externalizarea este o situație frecventă, având în vedere că nu foarte multe companii dețin competențe în zona dezvoltării de aplicații mobile.) Ceea ce reprezintă o soluție care trebuie cântărită cu atenție, pentru că implică o creștere a nivelului de dependență al respectivei companii față de dezvoltator. Ori, ținând cont de extinderea fenomenului BYOD și de creșterea explozivă a ofertei de device-uri mobile (doar în 2011 au fost lansate pe piață peste 100 de tipuri de tablete), situația devine delicată.

Situația pe plan local

Piața locală de aplicații mobile dedicate mediului enterprise nu include încă foarte mulți jucători. În afara vendorilor mari, internaționali, numărul actorilor locali (vendorilor și dezvoltatorilor) este redus încă.

Situație oarecum explicabilă din perspectiva lui Valentin Tomșa, director general SAP România, care declara la

începutul acestui an că majoritatea companiilor locale nu utilizează terminalele mobile pentru gestiunea afacerilor, dar că estimează că această nouă direcție va fi adoptată de mediul de business autohton într-un timp relativ scurt. De altfel, compania avea deja la nivelul lunii aprilie a.c. 6 clienți în România pe zona de mobilitate, alte firme locale manifestându-și interesul în pentru aplicațiile mobile profesionale.

Punctul de vedere SAP este confirmat și de Bogdan Păduraru, Acollada Software Development Director TotalSoft: „În România, cererea pentru aplicații mobile de tip enterprise este în etapa de dezvoltare incipientă. TotalSoft a anticipat trendul către mobilitate încă din 2010, de aceea avem deja o linie strategică de business și un portofoliu diversificat de soluții dedicat susținerii mobilității forței de muncă. Până în prezent, am sesizat, pe piața locală, tendința către aplicații mobile dezvoltate la cerere, mai degrabă decât către aplicațiile de-a gata.” (TotalSoft a lansat prima aplicație de Business Intelligence – soluția proprie Charisma Analyzer – pe iPad. Recent, compania românească și-a reconfirmat focusul pe zona mobilității, înființând o divizie dedicată cu care adresează piața de Mobile Business Apps.)



Asseco SEE devine primul F5 Silver Partner în România

Asseco SEE România își dezvoltă portofoliul de soluții prin încheierea unui parteneriat strategic cu F5 Networks, lider mondial în livrarea/accelerarea aplicațiilor web.

„F5 este unul dintre pionierii tehnologiei Load Balancing, care presupune distribuția uniformă a traficului între mai multe servere Web. Astăzi, familia de produse BIG-IP

traficului, precum și alte funcții ce au ca scop îmbunătățirea performanței, disponibilității și securității aplicațiilor. Funcționarea este modulară, clientul având posibilitatea de a activa pe aceleași echipamente funcționalitatea dorită: Local Traffic Manager (LTM) și/sau Application Security Manager (ASM)“, explică Adrian Năstase, Business Developer Asseco SEE România.

Principalele beneficii ale implementării tehnologiei F5 țin de managementul traficului și de înalta disponibilitate a aplicațiilor, prin integrare nativă cu principalii venditori de tehnologie de pe piață: Microsoft, VMware, Oracle, IBM, SAP.

Un alt scenariu de implementare utilizează gama de produse high-end VIPERION, asigurând managementul traficului între diferite Data Center (Global Traffic Management), monitorizând în același timp starea aplicațiilor. O altă funcționalitate utilă în contextul actual, ce urmărește centralizarea resurselor IT și optimizarea costurilor este cea de WAN Optimization, utilizată în special în proiecte complexe de Business Continuity – Disaster Recovery.

„Un prim focus pentru România este implementarea soluțiilor F5 pentru aplicațiile de core și internet banking dezvoltate de Asseco SEE. Parteneriatul încheiat cu F5 se înscrie în strategia pe care Asseco SEE o promovează în mod constant de mult timp – compania noastră oferă clienților săi soluții la cheie, elaborează și implementează proiecte de infrastructură IT dintre cele mai complexe, grație expertizei unui colectiv de specialiști cu multă experiență și un mare volum de competențe tehnice. Sunt deci suficiente motive ca parteneriatul cu F5 să fie unul de succes“, mai declară Adrian Năstase, Business Developer Asseco SEE România.

„Vă adresez mulțumiri pentru eforturile constante depuse pentru sprijinirea derulării programului F5 UNITY Partner. Îmi face plăcere să vă confirm noul dvs. statut de SILVER



«Application Delivery Controller» (ADC) se poziționează în fața serverelor Web sau de aplicație, distribuind traficul și preluând execuția unor funcții, precum criptarea/decriptarea traficului, analiza traficului privind vulnerabilitățile posibile, menținerea conexiunilor cu serverele, accelerarea

PARTNER, mulțumindu-vă pentru contribuția pe care o aduceți la succesele companiei noastre. Continuăm să fim cotați ca lider de piață în analizele firmei Gartner. Acordăm o importanță majoră relațiilor de parteneriat pe care le avem în întreaga lume. Sunt convins că parteneriatul dintre firmele noastre va continua să fie unul de succes și în perioada următoare, colaborând strâns pentru creșterea volumului de afaceri în zona EMEA (Europa, Orientul Mijlociu, Asia).“, a declarat cu ocazia încheierii parteneriatului Michael Schönrock, Director Channels EMEA F5 Networks.

Asseco SEE România este rezultatul unui process de achiziții și fuziuni început de grupul polonez Asseco în anul 2007 (firmele românești Net Consulting, FIBA Software și Probass). Din 2012, funcționează ca Asseco SEE România, parte a grupului regional Asseco South Eastern Europe, care cuprinde entități din 12 țări din regiune, având un volum de afaceri de peste 110 milioane de euro.

Asseco SEE este unul din cei mai importanți integratori de produse, soluții, servicii și sisteme IT și dezvoltator de aplicații bancare din România, situându-se constant printre liderii pieței IT. În 2011, a înregistrat un volum de afaceri de peste 32 de milioane de euro.

ASSECO
SOUTH EASTERN EUROPE



F5 Networks, Inc. (NASDAQ: FFIV) este lider mondial în livrarea/accelerarea aplicațiilor web. A fost înființată în anul 1995 și are sediul la Seattle, statul Washington, SUA. Se află în relații de parteneriat cu giganti ai pieței IT: HP, IBM, Microsoft, Oracle, SAP, Dell, Nokia. În ultimul an fiscal, volumul de afaceri al F5 Networks a înregistrat un volum de afaceri de peste 1,1 miliarde de dolari, înregistrându-se o creștere de 31% față de anul fiscal precedent. În 2010, a fost inclusă de revista Forbes, între primele 100 de companii din SUA care au înregistrat cele mai rapide creșteri.

Informatizarea a urbanismului -

Pentru prea puține administrații publice românești informatizarea departamentului de urbanism mai este pusă sub semnul întrebării. Pentru toată lumea este deja evident că viitorul înseamnă eliminarea utilizării informației pe suport de hârtie și mutarea muncii funcționarului public de la uriașele rafturi pline cu planșe, greu de manipulat și mai ales de analizat, la câteva terminale în care informația este disciplinată în biți și subordonată câtorva comenzi de mouse. Cum să se realizeze însă, sub ce formă și cu ce bani? Aici discuțiile sunt încă deschise.

■ Luiza Sandu

Scanarea planșelor de urbanism și ordonarea fișierelor rezultate în computer e o muncă de durată, desigur, însă pare relativ simplu de făcut. Arhivele de hârtie sunt scoase din uz, iar PUG-urile și PUZ-urile pot fi vizualizate pe ecran, mărite sau micșorate, după dorință. Însă așa cum cu o floare nu se face primăvară, nici simpla scanare a planșelor de urbanism nu înseamnă management informatic al urbanismului. Nu unul eficient, cel puțin. Eficiența apare nu când ai reușit să faci doar economie de rafturi, ci când toate fluxurile de lucru dintr-un departament de urbanism sunt asistate de o aplicație inteligentă, interactivă, care ia din cărca funcționarului public toată munca de rutină și o înlocuiește cu posibilitatea ca acesta să își folosească activ experiența profesională pentru analize și decizii. Mai mult decât în alte domenii, în urbanism o astfel de aplicație nu poate fi decât una geospațială. Utilizarea hârtii digitale interactive ca principal mediu de comunicare cu aplicația nu numai că ușurează activitatea funcționarului, dar face ca timpurile de învățare a aplicației să fie foarte mici și, prin gruparea în hartă a diferitelor combinații de date, permite observarea de fenomene insesizabile doar prin compararea separată a planșelor. Și mult mai repede.

Principala dimensiune a eficienței: creșterea preciziei și a vitezei de răspuns la solicitările cetățenilor

Răspunsul la o cerere depusă de un cetățean este rareori dat de simpla consultare a unei planșe sau alta. De cele mai multe ori, deciziile luate în departamentul de urbanism sunt rezultatul unui proces în care trebuie procesate, corelate, interpretate și aduse la un numitor comun reprezentări ale terito-

riului, informații cadastrale, legi naționale, hotărâri guvernamentale locale, principii de urbanism etc., toate fiind corelate cu informațiile specifice ale cetățeanului care a depus solicitarea. O aplicație eficientă este una care automatizează toate aceste procese, lăsându-i funcționarului public o singură operațiune, cea mai importantă și pentru care are nevoie de cap limpede și mână sigură la semnătură: DECIZIA. Numai atunci când informațiile de urbanism sunt accesate și corelate automat, funcționarii vor răspunde mult mai rapid la solicitările cetățenilor. Cu o aplicație geospațială inteligentă, timpurile de răspuns la solicitările din exterior pot fi redușe de la zile la minute. La fel și numărul litigiilor prin micșorarea exponențială a posibilității erorilor umane din procesul de decizie.

Fundamentarea politicilor de dezvoltare locale, județene, regionale

Un alt criteriu de urmărit în selecția unei soluții geospațiale este dacă aceasta include funcții de identificare în toate documentațiile din sistem, a argumentelor obiective relevante pe baza cărora trebuie luate decizii.



Exemplu de interfață a unei soluții informatice geospațiale utilizată în urbanism

geospațială

eficient și pe etape

ile de aprobare a unui proiect de dezvoltare. Prin existența acestor funcții specifice, informațiile de urbanism pot fi extrase în doar câteva minute sub formă de rapoarte generate automat după categoriile de interes selectate. În funcție de obiectivul administrației publice, această facilitate oferită de soluția geospațială poate constitui atât o metodă mai eficientă de suplimentare a veniturilor instituției, cât și o modalitate indirectă de stimulare a investițiilor în zona gestionată. Prin furnizarea rapidă a informațiilor în domeniul oportunităților de afaceri, instituția poate atrage investitorii interesați de o anumită zonă, precum și companiile care intenționează să-și extindă afacerile, sprijinind astfel înființarea și dezvoltarea de noi I.M.M.-uri. Mai mult, o soluție geospațială eficientă poate verifica ușor apariția contradicțiilor între documentații adiacente, pentru a oferi orașului sau regiunii în discuție garanția păstrării aceleiași „texturi” urbanistice și constanța criteriilor în aprobarea sau respingerea unui proiect.

Reducerea costurilor operaționale ale administrației

Doar introducând în computer planșele de urbanism nu se vor elimina prelucrările de date redundante ori reducerea traficului de informații între direcții sau între primărie și operatorii de rețele. Cu o soluție informatică geospațială însă, informația poate fi întreținută centralizat și utilizată de mai multe departamente în scopuri diferite, deși colectată o singură dată. Dacă soluția geospațială poate fi integrată cu aplicații cum sunt cele de Registratură, Document Management, Taxe și Impozite, Registrul Agricol, Venit Minim Garantat etc., informațiile de urbanism vor putea fi utilizate și de alte compartimente ale administrației, alimentate însă din aceeași bază de date. Rezultatul: costuri operaționale mai mici și eficiență ridicată.

Urban Planner, soluția geospațială dezvoltată exclusiv pentru departamentele de urbanism românești

Soluția geospațială Urban Planner, dezvoltată de Intergraph Computer Services și dedicată exclusiv departamentelor de urbanism din România, are o structură modulară, pentru a permite nu numai obținerea de rezultate rapide cu investiții mai mici, dar și posibilitatea de a informatiza departamentul în etape bugetare succesive. Aplicația poate fi implementată atât ca prim modul de informatizare a activității instituției, cât și prin integrare ulterioară într-un sistem deja existent, în ordinea care satisface cel mai bine prioritățile beneficiarului, fără perturbarea funcționalității acestuia.

Modulul I

Permite gestiunea documentațiilor de urbanism, a obiectivelor de utilitate publică și a monumentelor, precum și a nomenclurii urbane. Este modulul în care se configurează baza de date și se achiziționează aplicațiile software de bază. Acestea vor sta la baza oricărui implementări viitoare în care va fi necesară doar achiziționarea de funcționalități suplimentare. Managementul operațiunilor principale ale departamentului poate fi deja informatizat cu acest prim modul prin:

- gestiunea datelor și informațiilor de reglementare și consultarea documentelor emise de administrația publică și a documentațiilor de urbanism;
- consultarea direct în hartă a planșelor aferente documentațiilor de urbanism și amenajarea teritoriului și

extragerea automată a regulamentului de urbanism

- corelarea informatică a tuturor categoriilor de informații de urbanism.

Modulul II

Conține toate funcționalitățile modulului I și oferă suplimentar un management avansat al documentelor de urbanism (CU, AC) integrate în hartă și corelate cu disciplina în construcții prin:

- posibilitatea prelucrării suplimentare a datelor privind documentele emise de administrația județeană de tip certificat de urbanism și autorizație de construire
- răspuns asistat informatic la sesizări sau solicitări din partea petenților și eliberarea automată a documentelor de autorizare
- posibilitatea de analiză în hartă a documentelor de autorizare emise, pe categorii de lucrări, atât în scop statistic, cât și în scopul sprijinului disciplinei în construcții.

Modulul III

În plus față de funcționalitățile modulelor I și II, oferă gestiunea informatică a indicatorilor de urbanism, ceea ce permite:

- fundamentarea politicilor de dezvoltare prin clasificarea indicatorilor situației existente și urmărirea acestor indicatori pe fiecare UAT/categorie în raport cu valorile minime necesare
- facilitarea accesului la politicile de dezvoltare prin reprezentarea de hărți tematice intuitive la nivelul tuturor compartimentelor interesate.

Unde sunt

Vă mai aduceți aminte de CERF, soft21 sau BINARY, evenimente care adunau laolaltă cele mai mari nume de pe piața IT&C românească timp de câteva zile, primăvara și toamna? Evenimente de referință și de mare amploare acum 10-15 ani, odată cu trecerea timpului și-au pierdut menirea și au intrat într-un con de umbră sau au dispărut.

■ Luiza Sandu

CERF (Computer & Electronics Romanian Fair) era organizat, de obicei, în luna mai, la scurt timp după Ce-BIT Hanovra, fiind printre puținele evenimente IT&C dedicate și zonei de consumer. Cu siguranță vă amintiți de prezența operatorilor telecom, Orange, Vodafone sau Zapp, care se „întreceau” an de an în construcția unor standuri inovatoare, la care vizitatorii puteau testa celei mai noi servicii și produse. Și sigur mai țineți minte standurile uriașe ale unor mari jucători de pe piața de retail-distribuție, precum Flamingo sau K Tech UltraPro, ale căror concursuri și animatoare atrăgeau o mulțime de curioși.

Operatorii telecom ocupau unele dintre cele mai mari standuri din CERF, pentru care cheltuiau și peste 300.000 de euro. La CERF 2007, de exemplu, conform wall-street.ro, metrul pătrat pentru amenajarea unui stand a costat între 99 și 189 de euro. Sectorul IT a avut alocat cel mai mare spațiu, de 6.300 mp, comunicațiile 4.100 mp, iar soluțiile IT pentru afaceri 3.100 mp. Convenind că

evenimentele de altădată?

140 de euro pe metrul pătrat reprezintă în medie suma alocată de companiile prezente în 2007, rezultă că reprezentanții industriei IT&C cheltuiiau numai cu amenajarea standurilor peste 1.800.000 de euro.

Însă avântul CERF din anii de boom ai pieței IT&C locale s-a domolit după 2007. Numărul expozanților a scăzut, ca de altfel și cel al vizitatorilor, iar numele sonore, care garantau succesul evenimentului, au renunțat rând pe rând să mai participe.

Organizatorii CERF au încercat să-l reinventeze, însă fără prea mare succes, iar din 2009, de la ultima ediție, expoziția internațională de IT a devenit o amintire frumoasă. De altfel, 2009 a fost primul an în care evenimentul s-a adresat exclusiv segmentului de business, reorientarea fiind cauzată de căderea pieței de retail.

Pentru prima oară la CERF 2009 s-au desfășurat conferințe dedicate mediului online și social media. Venise timpul ca și bătrânul CERF să țină pasul cu noile tehnologii dedicate mediului online, care aduceau un suflu nou într-o piață oarecum monotona în ceea ce privește temele de discuție. Cu toate acestea, nu a fost suficient și, în prezent, evenimentele de mare anvergură de pe piața IT&C românească sunt cele dedicate zonei online: How to web, cea mai mare conferință regională de antreprenariat și tehnologie web din Europa de Sud-Est, aflat la a patra ediție, sau Internet & Mobile World, eveniment organizat în septembrie și aflat la prima ediție.

În aprilie 2010, Expotek a luat decizia de amânare a celei de-a XIX-a ediții a CERF, din cauza unui număr insuficient de expozanți.

Singurul eveniment care se desfășura în cadrul CERF și care a rezistat în timp,

rămânând un etalon pentru industria de comunicații este Ziua Comunicațiilor, păstorit și moderat de Eugen Preotu.

Decăderea evenimentelor de industrie

Să fi fost criza principalul motiv al renunțării participării companiilor IT&C la evenimente precum soft21, CERF sau BINARY?

Valerica Dragomir, în prezent consultant ANIS (Asociația Patronală a Industriei de Software și Servicii) și fost director executiv al asociației, crede că evenimentele ajunseseră în faza în care nu mai aveau ca obiectiv educarea clienților și a pieței.

Segmentul online este foarte atractiv, pentru că aici încă este nevoie de educarea clienților și există un potențial de achiziții/vânzări foarte interesant.

„Din punct de vedere al informațiilor disponibile, piața devenise deja educată. Obiectivele companiilor care participau la evenimente erau foarte precis legate de generarea de lead-uri. Audiența s-a fragmentat destul de mult – companii sau clienți similari participau la toate evenimentele, iar acestea au început să semene destul de mult. În condițiile în care piața de evenimente – și mă refer în special la conferințe – era deja destul de populată și eficiența pentru vânzări relativ redusă, implicarea companiilor în evenimentele de industrie s-a redus corespunzător”, explică Valerica Dragomir.

Un eveniment organizat chiar de

ANIS, soft21, și-a închis porțile după șapte ediții. „Soft21 a fost un eveniment de asociație, care a avut o structură care ar fi putut să îi asigure prezența pe piață – includea și segmentul orientat către business, prin conferințe, dar și componenta de educare și colaborare în interiorul industriei. A fost însă până la urmă o chestiune de resurse și return on investment și pentru noi, ca și pentru alți organizatori de evenimente. În condițiile în care pe piață existau deja alte evenimente – pentru ambele componente – decizia internă a fost să ne concentrăm resursele pe acele activități și proiecte mai puțin acoperite de piață și care țin mai degrabă de specificul unei asociații”, precizează Valerica Dragomir.

Renașterea evenimentelor de industrie?

Atunci când ne-a venit ideea să realizăm un articol despre piața evenimentelor de industrie IT&C, BINARY era deja un caz clasat. Însă, iată că principalul eveniment a cărui ultimă ediție s-a desfășurat acum șase ani, revine la începutul lunii noiembrie, sub același patronaj al ARIES (Asociația Română pentru Industria Electronică și Software).

Expoziția Internațională de Software BINARY a fost organizată prima oară în 1998 și a fost gândită ca un eveniment B2B, la care participau anual peste 40 de firme.

„Întreruperea organizării evenimentului (2006-2012 n.r.) s-a datorat unui trend descrescător al participării firmelor din toate domeniile la târguri și expoziții și schimbării focalizării acestora către piața externă. Din discuțiile și sondajele efectuate pe membrii ARIES, am constatat că

târgul BINARY este din nou de actualitate, rămânând în continuare singurul eveniment de tip B2B din industria de profil”, declară Alexandru Borcea, președinte executiv ARIES.

Chiar dacă nu mai au amploarea unui eveniment precum CERF, târguri și expoziții dedicate sectorului IT&C și-au făcut loc în piață, însă pe zone de nișă. Un astfel de eveniment este Digital Print & Sign, cea mai mare expoziție din România dedicată tiparului digital și semnalisticii, care este organizată o dată la doi ani.

Pentru că mediul de afaceri local simțea nevoia unei alternative pentru evenimente de dimensiune mare, Rosal Grup ia în 2009 decizia de a investi circa 18 milioane de euro într-un complex expozițional situat pe terenul fostei fabrici Acumulatorul: Exporom. Au rezultat 12.000 mp de spațiu expozițional, 1.600 mp săli de conferințe, 1.200 de locuri de parcare, spații de birouri și un hotel de 3 stele.

Obiectivul lui Bogdan Almași, Director General Exporom, pentru 2013 îl reprezintă organizarea a peste 20 de evenimente mari și altele de dimensiuni mai mici, care vor completa agenda expozițională.

Complexul expozițional va fi inaugurat de Romanian Electronic Show, care va fi completat cu alte evenimente care se vor desfășura în paralel.

„Din discuțiile avute cu persoane de decizie din industria IT am identificat o nevoie reală în piață pentru astfel de târguri. Dorim să atragem și publicul larg, de aceea am pregătit mai multe evenimente care să asigure un flux important de vizitatori – gaming, târg de cariere, joburi în IT pentru studenți etc.”, a mai spus Almași.

Efervescența de pe piața evenimentelor IT&C din ultimele luni naște întrebarea legitimă dacă asistăm la un reviriment al evenimentelor de industrie sau e doar un balon de săpun care reflectă extrem de frumos culorile soarelui de toamnă 2012? Mai e loc de un CERF, cu țintă și pe utilizatorii finali?

Alexandru Borcea precizează că, deși perioada de festivism a târgurilor și expozițiilor a trecut, asta nu înseamnă că numărul de evenimente a scăzut.

„Participanții sunt mai interesați să aibă clienți calificați, decât vizitatori curioși. Există încă multe evenimente B2C pe piața românească de profil, ca dovadă că încă sunt fezabile. Consuma-

torii direcți nu trebuie niciodată neglijați, motiv pentru care și ei sunt așteptați să se înscrie gratuit la BINARY 2012”, adaugă președintele ARIES.

Valerica Dragomir nu crede că există o rețetă pe care un eveniment să o urmărească și care să îi garanteze succesul: „Într-adevăr, scalarea și creșterea proiectelor de acest gen poate fi o provocare și poate să însemne pierderea focusului pe o anumită zonă, așa încât este posibil ca, pe un segment în care la nivel internațional expozițiile mari nu mai sunt un punct de atracție, un eveniment local foarte targetat să aibă mai mare succes. Segmentul online este foarte atractiv, pentru că aici încă este nevoie de educarea clienților și există un potențial de achiziții/vânzări foarte interesant. Această nișă în plină creștere întrunește toate condițiile să fie răsfățată din punctul de vedere al evenimentelor care îi sunt dedicate.”

Vin însă la evenimentele IT&C actuale „clienți calificați”? Ies evenimentele din tiparul „noi între/pentru noi”, iar audiența este cu adevărat formată din potențialii clienți ai companiilor?

Din experiența ultimilor ani, companiile nu au obținut întotdeauna feedback-ul pe care îl așteptau, prin urmare și-au creat propriile evenimente, pentru a diminua astfel un risc asumat.

Evenimentele de companie domină piața IT&C

Piața românească de evenimente IT&C este în prezent dominată de evenimentele de companie (Zilele Charisma, Cisco Expo, SAP Forum, Oracle Day, Lumea Geospațială, Provision Days, forumurile IBM, roadshow-urile Microsoft etc.), care se adresează în principal zonei de business.

Bucureștiul este în continuare principala gazdă a acestor manifestări, însă vestul țării vine din urmă: Clujul, Timișoara sau Oradea reușesc să strângă în aceeași locație principalii actori de pe piața IT&C românească.

IT Congress, organizat de compania ETA2U la Timișoara, se află în acest an la a patra ediție și a înregistrat un număr de 1.000 de participanți, în cele două zile de conferințe, workshop-uri și demo-uri.

A doua ediție a BizTech 2012 organizată la Oradea de compania CG&GC HiTech Solutions s-a desfășurat la sfârșitul lunii septembrie și, conform or-



ganizatorilor, s-a transformat în acest an într-o conferință regională de business și tehnologie.

În ceea ce privește evenimentele din Capitală, TotalSoft aduce în prim plan două evenimente majore pentru clienții săi, organizate anual: Conferința Utilizatorilor Primăvera și Zilele Charisma. Conferința Utilizatorilor Primăvera a marcat anul trecut cea de-a 16-a ediție, aducând la un loc în toată această perioadă peste 2.500 de specialiști în proiect management. Zilele Charisma este dedicată clienților suitei de aplicații Charisma (ERP, HCM, Medical), dar și potențialilor clienți. Prima ediție a avut loc în 2005, numărul total al participanților fiind de peste 4.000. Suma investită de TotalSoft în cele două evenimente, de-a lungul anilor, depășește 600.000 de euro.

Începând cu acest an, cele două evenimente se vor uni într-unul singur numit Zilele TotalSoft, care va avea loc între 14-15 noiembrie și la care reprezentanții companiei așteaptă aproximativ 1.200 de oameni.

Cisco Expo este un alt eveniment de referință al pieței IT&C, organizat anual în România, la fel ca în alte țări din Europa. Cisco Expo a ajuns la cea de-a noua ediție în 2012, iar de-a lungul timpului a strâns peste 1.100 de participanți. Cisco Expo conține mai multe secțiuni, de la prezentări tehnice până la demonstrații în premieră ale unor noi tehnologii. Finanțarea evenimentului este structurată pe un model de co-finanțare din partea companiilor expozante, care sunt și parteneri de business ai Cisco.

Un alt nume greu de pe piața IT&C locală organizează din 2005 SAP Forum.

„Evenimentul este conceput pentru a veni în special în sprijinul companiilor românești, prin care SAP să ofere un suport real în dezvoltarea mediului de afaceri autohton. De altfel, circa 90% din top 100 de companii private românești sunt clienți SAP, unele dintre acestea fiind prezentate ca studii de caz de-a lungul celor 7 ediții ale SAP Forum”, ne-a declarat Valentin Tomșa, directorul general SAP România.

O componentă specifică a evenimentelor SAP Forum sunt mesele rotunde, unde au loc discuții între clienți, consultanți SAP, analiști de piață și jurnaliști economici. În medie, la evenimentele SAP Forum participă 400 de invitați, în cadrul celor 7 ediții fiind prezenți peste 2.500 de oameni.

Oracle România organizează pe parcurs



Salonul Național de Software și servicii soft21, 2004



CERF, ediția 2005



How to Web, ediția 2011

sul unei singure zile, evenimentul Oracle Day, cel mai mare eveniment de tehnologie Oracle anual, aflat la a patra ediție. La eveniment au participat 330 de invitați în 2009, 628 în 2010 și 745 în 2011. În 2011, în cadrul evenimentului au fost susținute în paralel 5 sesiuni tehnice, care au însumat 35 de prezentări ale experților Oracle și partenerilor.

„Este de apreciat că tot mai multe companii se implică în promovarea domeniului IT&C și a serviciilor specifice. Cu toate acestea, evenimentele singulare, organizate de câte o companie, nu au forța necesară de a acoperi cererea existentă la nivel național. Aici intervenim noi, ARIES-ul, prin mobilizarea celor peste 70 de firme de IT&C și Software care vor participa împreună la ediția de anul acesta a BINARY”, menționează Alexandru Borcea.

Valerica Dragomir crede că organizarea de evenimente proprii a fost o opțiune mult mai bună pentru companii de a ținti audiența de business de care erau interesate: „Pe de altă parte însă, o companie trebuie să dispună de suficiente resurse și credibilitate pentru a avea succes cu acest gen de eveniment. Companiile mai mici și nu foarte bine poziționate în piață vor avea întotdeauna dificultăți în a-și atrage audiența dorită. Pentru aceste companii, evenimentele de industrie sunt o soluție mult mai potrivită”.

Cum reinventăm evenimentele de industrie?

„În condițiile în care piața de achiziții nu s-a dezvoltat suficient și aceiași clienți cu bugete mari sunt invitați la toate evenimentele, cartea eficienței este dificil de jucat de către toți organizatorii. Șansa evenimentelor de industrie este să găsească un diferențiator major – fie să educe piața pentru dezvoltarea unei noi nișe, fie să targeteze alte nișe pentru extinderea audienței și respectiv a pieței”, crede Valerica Dragomir.

La rândul lui, Alexandru Borcea este convins că, pe lângă oferirea unui cadru corespunzător noilor așteptări și noilor provocări care stau în fața oricărui eveniment de acest gen, cel mai important lucru este încrederea participanților și vizitatorilor în eveniment, adică în brand-ul său.

Așadar, nu există o soluție standard. Ca organizator de evenimente trebuie să găsești combinația potrivită între o nișă sau o industrie care este în plină dezvoltare și care oferă multe opțiuni, în care companiile sunt active în zona de promovare/atragere de clienți și pentru care există bugete alocate pentru achiziții.

Politică de în industria IT&C

Cele mai recente statistici arată că, în ultimii ani, în UE 27 numărul studenților cu vârsta cuprinsă între 20 și 29 de ani reprezintă 29,8% din totalul populației – Grecia (46,5%), Lituania (40,7%), Polonia (36,9%), România (31,3%), iar 55% din studenți sunt femei. 24,3% din totalul studenților cu vârsta între 20 și 29 de ani sunt înscriși în domenii tehnice, precum știință și inginerie, iar din aceștia 30,1% sunt femei. Având în vedere că asigurarea echilibrului de gen în angajările din sectorul IT&C nu se autoreglează, sunt necesare o serie de politici pro-active pentru a corecta deficiențele din sector.

■ Luiza Sandu

In toamna anului trecut, la reuniunea intitulată „Femeile și Tehnologia Informației și comunicațiilor”, Neele Kroes, vicepreședinta Comisiei Europene și comisarul responsabil pentru agenda digitală, se declara îngrijorată de faptul că nu sunt destule femei angajate în acest sector pe care îl consideră interesant și captivant: „Vreau să știu ce putem face noi, ca politicieni europeni, pentru a schimba acest lucru. Pentru mine, aducerea

și menținerea femeilor în domeniul IT&C înseamnă progresul în carieră, plată egală pentru muncă egală și echilibrarea vieții profesionale cu cea de familie.”

În cadrul reuniunii, la care au participat 20 de eurodeputate, reprezentând 16 state membre, s-au dezbătut provocările și oportunitățile din sectorul european al IT&C, precum și problemele cu care se confruntă femeile din acest domeniu.

În 2008, 25% din numărul total de angajări erau aferente domeniului serviciilor high-tech, și doar 2,4% din totalul angajaților din acest sector erau femei (160.000).

Deși statisticile la nivel european în ceea ce privește numărul de femei angajate în industria IT&C nu sunt favorabile, pe plan local chiar ne putem mândri cu faptul că din ce în ce mai multe tinere aleg să lucreze într-un sector dominat de bărbați. Le regăsim ca programatori sau team leaderi în centrele de cercetare-dezvoltare, ca directori de HR sau vânzări, șefi de departamente în companii IT și telecom.

În sprijinul lor vin și companiile IT&C, care, chiar dacă nu au o strategie de angajare a femeilor, sunt tot mai implicate în asigurarea diversității de gen.

Există câteva companii IT care, chiar dacă nu au o strategie de angajare a femeilor, se pot lăuda cu un număr foarte mare de femei, atât în posturi tehnice, cât și de business.

Politici de angajare pe plan local

„Mediul IT este cu precădere unul dominat de bărbați, începând cu liceul, unde clasele de matematică-informatică sunt deja dominant masculine, continuând cu facultățile și așa mai departe. Departamentul HR este întotdeauna «stimulat» de colegi pentru angajarea unui număr cât mai mare de fete. Dacă la un interviu avem 4 candidați cu experiență și cunoștințe simi-

lare, va avea prioritate angajarea fetei, asta dacă măcar 1 dintre cei 4 candidați este femeie. Numărul femeilor care aplică pentru joburile tehnice este de aproximativ 1/8 din totalul aplicațiilor”, ne-a declarat Oana Cuțui, HR Director, TotalSoft. În companie sunt angajate în prezent 163 de femei, din care 108 în posturi tehnice și 55 în posturi business IT.

Microsoft România desfășoară un program menit să crească nivelul de cunoaștere, încredere și acceptanță a ceea ce înseamnă diversitatea. Programul este adresat tuturor angajaților și vizează dezvoltarea unor abilități (ex: asertivitatea, vorbitul în public), înțelegerea limitelor culturale (ex: femeile sunt mai puțin tehnice, oamenii de aceeași vârstă lucrează bine împreună etc.) și unele aspecte care influențează succesul (de exemplu: power games, personal branding, body language).

„În Microsoft, am înțeles demult că femeile sunt foarte buni ingineri, manageri, vânzatori etc. În prezent, în echipele tehnice lucrează aproape 30% femei, iar în departamentele de vânzări și marketing numărul lor depășește 40%.

TotalSoft			Număr de femei angajate în ultimii 3 ani în raport cu numărul de bărbați	
2009	Total		88	
	Femei		19	
	Bărbați		69	
2010	Total		110	
	Femei		34	
	Bărbați		76	
2011	Total		175	
	Femei		60	
	Bărbați		115	

angajare a femeilor locală

Girls in Tech vine în România

Girls in Tech este o organizație internațională a cărei misiune este de a implica, educa și susține femeile din tehnologie. Lansarea capitolului românesc al Girls in Tech este programată pentru începutul lunii noiembrie, aceasta fiind prima filială a organizației din Europa de Est.

În ultimul an fiscal, procentul de femei angajate pe poziții tehnice a fost de peste 30%, iar a celor angajate pe poziții de vânzări, marketing etc. a fost de peste 60%. Adevărul este că, pentru a avea o organizație în care diferențele să fie valorizate și integrate cu succes, nu este suficient să te asiguri că atragi un număr semnificativ de femei, de tineri sau de profesioniști din afara industriei IT&C, este important ca organizația să aibă capacitatea, maturitatea de a recunoaște și a integra aceste diferențe. În procesul de recrutare, atât pentru poziții tehnice, cât și pentru roluri comerciale, ne asigurăm că pe lista scurtă avem o bună reflectare a diversității. De asemenea, prin studiile realizate în piață, căutăm să înțelegem care sunt așteptările femeilor din IT&C, care sunt particularitățile modului în care iau decizii de carieră. Din studii precum cel realizat de Catalyst Consulting, am înțeles că femeile au avantajul de a vorbi mai multe limbi străine decât bărbații, dar și că sunt mai puțin încrezătoare în a aplica pentru un job, fiind mai auto-critice în momentul evaluării cerințelor pentru respectivul loc de muncă. În Microsoft România, avem departamente unde numărul de femei depășește numărul de bărbați sau numărul de femei este apropiat de numărul de bărbați care

conduc echipe tehnice. Și exemplele ar putea continua. Buna flexibilitate a programului și a locului de muncă și politica de maternitate (care sunt avantaje unice pe piața din România) fac din Microsoft un mediu de lucru sensibil la nevoile personale. În mediul academic suntem prezenți în mod tradițional, iar în acest caz mesajul pe care îl dăm în mod regulat este că noi credem că performanța în IT nu este influențată de gen și că sunt multe alte profesii în care poți avea succes în Microsoft“, spune Mihai Bonta, Recruitment Lead Microsoft România.

În Allevo, nu există o strategie în ceea ce privește angajarea femeilor. În 2010, compania a angajat femei într-un procent de peste 50% și în 2011 aproape 50% din totalul persoanelor angajate. Femeile care își desfășoară activitatea în cadrul Allevo, în acest moment, reprezintă un procent de 56% din totalul personalului companiei.

În posturi tehnice lucrează un procent de 36% din totalul femeilor angajate, iar în posturi business IT 60% din totalul femeilor angajate.

În ceea ce privește numărul femeilor care au aplicat pentru un job, Corina Cornea, Marketing Manager Allevo, a luat ca referință profilul .net/C# developer postat pe site-ul de recrutare bestjobs în perioada august-septembrie 2011, de unde de altfel au făcut și angajări.

„Dintre aplicanți, 33% sunt femei și 67% sunt bărbați. Am angajat două persoane de sex feminin, nu ca să impulsivăm a angajării doamnelor în detrimentul bărbaților, ci pentru că acele persoane s-au încadrat în profilul căutat de noi“, a explicat Corina Cornea.

Compania are colaborări cu mediul academic, în principal cu Universitatea Politehnica București și Asociația Studențești în domeniul IT/business, care s-au concretizat prin acordarea de sponsorizări pentru proiecte studențești în domeniul IT și oferirea de Internship-uri

pe perioada vacanțelor.

„Toate acestea au avut drept scop stimularea studenților care deja au ales o pregătire universitară în domeniul tehnic, IT, să se implice, să se dezvolte, să experimenteze în mediul productiv, cunoștințele/aptitudinile pe care le-au dobândit, fără ca noi să facem o diferență între studenți sau studente (tineri absolvenți și tinere absolvente)“, precizează Corina Cornea.

IXIA România se mândrește cu faptul că 25% din angajați sunt femei.

„Acest raport se păstrează și la nivelul conducerii. Trebuie menționat și că învățământul tehnic nu atrage multe femei, deci procentajul nostru este cu atât mai semnificativ. Nu avem o politică specială pentru a încuraja angajarea femeilor, în primul rând pentru că organizația noastră se bazează pe meritocrație. Noi recrutăm și răsplătim performanța, inovația, excelența, spiritul de echipă, respectul și integritatea. Preferăm să folosim criterii bine definite și transparente, care atrag oameni de valoare de ambele sexe. În al doilea rând, politica noastră este să asigurăm aceleași condiții tuturor angajaților. Un mod eficient de a atrage și reține angajații este asigurarea unor condiții de muncă plăcute: timp de muncă flexibil, fructe proaspete, sală de recreere, evenimente cu echipa și multe altele. Și, nu în ultimul rând, proiectele provocatoare și tehnologia de ultimă generație atrag candidați valoroși“, ne-a spus Adriana Radu, HR Director IXIA România.

În industria IT&C pot face performanță în egală măsură atât bărbații, cât și femeile, iar în ultimii ani tot mai multe tinere sunt atrase de acest sector, datorită siguranței și calității locurilor de muncă, dar și implicării tot mai mari a companiilor locale în promovarea în rândul tinerilor a oportunităților oferite de o carieră în IT.

Internet & Mobile World

deschide evenimentele IT&C de toamnă

Internet & Mobile World, eveniment dedicat industriei online & mobility și aflat la prima ediție, deschide o toamnă 2012 foarte bogată în evenimente. Organizatorii spun că, deși ideea s-a coagulat acum trei ani, au trebuit să aștepte pentru ca piața să ajungă la un anumit nivel de maturitate și de acceptare a faptului că noul val de tehnologii poate să schimbe modelele de business și poate chiar să dea un suflu nou dezvoltării afacerilor.

■ **Luiza Sandu**

Bucureștiul este gazda acestui eveniment în perioada 19-21 septembrie, la Romexpo.

Internet & Mobile World aduce laolaltă 75 de expozanți, 30 de speakeri internaționali de elită, peste 70 de sesiuni cu experți de top ai industriei de internet & mobile, 10 seminarii-industry focus, găzduite pe trei scene.

„Zona de IT și digital are un potențial foarte mare pe termen lung pentru țara noastră. Cred că este unul dintre puținele pariuri pe care România le poate câștiga cu siguranță din punct de vedere al competitivității pe plan global. Ce lipsește în acest moment sunt proiecte frumoase generate de clienți locali și încrederea clientului local că soluțiile IT și digitale implementate în organizațiile de aici pot să aibă un impact benefic. Evenimentul vine

să completeze acest fapt. Sesiunile speciale, intitulate Industry Focus Sessions, prezintă colecții de studii de caz pe șase industrii. Astfel, participanții știu sigur că subiectul respectiv este relevant pentru domeniul în care activează companiile lor”, a declarat Cristian Hosu, Project Manager Internet & Mobile World.

Evenimentul B2B este gândit să aibă o ciclicitate anuală și organizatorii speră să atragă în acest an 3.000 de vizitatori de business.

„Vrem să credibilizăm în piață ideea că aceste soluții sunt foarte utile companiilor care le adoptă. Principalii beneficiari ai evenimentului sunt companiile din offli-

ne, care folosesc online-ul ca și canal de marketare, vânzare sau optimizare a unor procese de business, și companiile care au direct legătură cu zona online și de e-

commerce. Prin acest eveniment, încercăm să schimbăm mentali-

tatea conform căreia prezența online înseamnă un simplu site web, iar pentru lansarea unei campanii de marketing trebuie să-ți aduni fani pe Facebook. În cadrul conferinței există sesiuni foarte intere-

sante despre cum să schimbi modelele organizaționale, în așa fel încât digitalul să fie natural asimilat în organizație și să aducă profituri începând de mâine”, mai spune Cristian Hosu. ■



Ce spun companiile

Sorin Manea, Telecom Division Manager, Samsung Electronics:

„Am crezut în conceptul evenimentului încă de la bun început și am încredere în reușita lui. Internet & Mobile World generează un context care ajută la o mai bună înțelegere a soluțiilor de business digitale necesare atât pentru proiectele din online, cât și pentru cele din offline. Pentru Samsung, care propune o serie importantă de soluții de business, evenimentul e o bună oportunitate să le poată prezenta.”

Marina Ionescu, Navidoo:

„Noi suntem optimiști și considerăm că evenimentul Internet & Mobile World 2012 va avea un impact major și revitalizant pentru industria de online și mobile. Îl vedem ca pe un «shop offline» pentru industria de online. După părerea noastră, segmentul de business care ar trebui să

resimtă ecourile unui astfel de eveniment ar fi zona de Government & Administration.”

Cosmin Negrescu, CEO SEO monitor:

„În România, optimizarea pe motoarele de căutare (SEO – Search Engine Optimization) este o tehnică de promovare în mediul online utilizată de puține companii, dar numărul lor cunoaște o creștere exponențială. Pentru noi, un eveniment de acest gen înseamnă, de fapt, o oportunitate de a informa mediul de afaceri cu privire la beneficiile pe care le poate obține apelând la astfel de soluții. Foarte des, SEO este confundat cu modificarea pe site a textelor pentru a deveni mai relevante pentru Google, iar acest lucru este fals și dorim să comunicăm rezultatele experimentelor pe care echipa noastră de research le-a obținut și le-a validat.”

CONFERINȚA MANAGEMENTUL PERFORMANȚEI ÎN ROMÂNIA

25 - 27 OCTOMBRIE 2012
HOTEL RAMADA - SIBIU



O oportunitate unică de a învăța de la practicieni, de a genera noi idei și de a cunoaște profesioniști interesați de managementul performanței în România

15 experți din diferite industrii,
practicieni în managementul
performanței

15 sesiuni de prezentare și
studii de caz despre bune practici
în managementul performanței în
România

3 paneluri de discuții cu
experți în domeniu

1 expert în managementul
performanței la nivel internațional

MASTERCLASS - BEST PRACTICES IN PERFORMANCE MANAGEMENT AT INTERNATIONAL LEVEL



Dr. Mohamed Moustafa Mahmoud

Consilier al Ministerului Muncii din Arabia Saudită, vicepreședinte Dezvoltare Organizațională în cadrul Savola Group și Director Executiv al Institutului Madinah pentru Leadership și Antreprenariat. A coordonat multiple implementări Balanced Scorecard și a activat ca șef de catedră al Institutului de Studii Bancare și ca profesor la Universitatea Kuwait.

MANAGEMENTUL PERFORMANȚEI LA NIVEL STRATEGIC / ORGANIZAȚIONAL



Gigi Boghiu
General Manager
Eli Wellness România



Sorana Baciu
Director Strategy
Corporate Development &
Investor Relations, OMV Petrom



Aurel Brudan
CEO și Fondator
The KPI Institute

Early Booking
până în:

1/10

Data limită de
inscriere:

19/10

MANAGEMENTUL PERFORMANȚEI LA NIVEL OPERAȚIONAL



**Laura-Nicoleta
Marinescu**
Manager T&O
Schaeffler România



Raluca Boca
Process Improvement Manager
Offici Depot



Rada Ojii
Country Service Operations
Management - Director
Rex International



Cristina Ulesan
Human Resources Director
Garanti Bank România



Adrian Brudan
Manager Substi Performanță
Organizațional
Acumen Integrat

MANAGEMENTUL PERFORMANȚEI LA NIVEL INDIVIDUAL



Carmen Burleană
HR Manager
Bridgeline



Judith Kis
Director Resource Liaison
Arendis



Diana Măstare
Manager HR
Flexion Services Ro



Alina Rădulescu
Director HR
Scandia Food

Nu ratați oportunități de networking unice!



Atos



Bitdefender



Garanti



**Office
DEPOT**



PLEXUS



SCHAEFFLER



THE KPI INSTITUTE



Forbes



**IMM
romania**



iPlan
planificare strategică
de business



IT CHANNEL



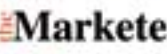
**rfi
romania**



startups.ro
idei, strategii, profit



Marketer



ZARUA

Asigurați-vă un loc în cadrul unuia dintre cele 3 workshop-uri de jumătate de zi, post-conferință, pe teme de interes în managementul performanței! Inscrierea se poate realiza și independent de conferință!

A
27/10

Dezvoltarea unui Sistem de
Management al Performanței
bazat pe Balanced Scorecard -
Etapă și pași de urmat

B
27/10

Indicatori de Performanță:
Măsurare, învățare, optimizare

C
27/10

Managementul Performanței
la nivel individual
- Criteriile de performanță,
evaluarea și îmbunătățirea
performanței angajaților

Online: conferinta.kpis.ro | Sunați: +40-264/414 360 | Email: conferinte@KPIs.ro

ITC business and innovation

BINARY

**EXPOZIȚIA INTERNAȚIONALĂ
DE SOFTWARE BUCUREȘTI
7-9 noiembrie 2012
BIBLIOTECA NAȚIONALĂ A ROMÂNIEI**

Te așteaptă 3 zile de:

• **EXPOZIȚIE** • **CONFERINȚE** • **MATCHMAKING**

Tematică expoziție și conferințe:

ERP, CRM, Business Intelligence, Document management

Soluții financiar-bancare

Soluții de securitate IT

Soluții eHealth

Aplicații mobile

CAD @ Product Lifecycle Management (PLM)

Soluții de monitorizare și control acces

Servicii IT

Soluții de promovare a afacerilor

Soluții pentru administrație și servicii publice

binary.aries.ro

ORGANIZATOR



CO-ORGANIZATORI



PARTENERI MEDIA

