

Allevo despre

Partajarea valorilor

Una dintre dilemele lumii, așa cum am ajuns să o cunoaștem, este cum să fructifici din ce în ce mai profitabil valorile de care dispui. Logica este simplă: cu cât mai rar disponibil activul, cu atât mai profitabil trebuie valorificat. Trebuie, sau este în fapt o practică extrem de familiară celor cu inițiativă de afaceri, indiferent de nivelul lor cultural sau de expertiză?

Evoluția culturală a lumii noastre a fost posibilă numai prin publicarea creațiilor, prin **distribuirea fără restricții majore a operelor**. Arhitectura construcțiilor este vizibilă la nivel de epidermă gratis, concepția circulației și utilităților interioare fiind disponibilă în baza unui bilet de intrare. Creațiile literare, muzicale, de artă plastică sunt accesibile prin achitarea prețului de acces la carte, concert, expoziție sau muzeu. Prețul acestora a devenit în timp o comoditate, asigurând accesul unui public larg la ceea ce gândul și simțirea au inspirat creatorul. Similar, creația științifică a fost devaluată în măsură importantă, făcând posibil ca un public tot mai larg să înțeleagă teorii rezervate în alte timpuri numai inițiatorilor.

Afacerile financiar-bancare sunt cunoscute și înțelese de veacuri de toți practicanții, singurul factor important de diferențiere constând în ceea ce își poate permite să ofere o bancă sau o instituție financiară clienților săi. În principal, limitele de acțiune sunt date de forța financiară a instituției – capital, notorietate, piață. Afacerea în sine este bazată pe **cunoaștere public partajată** și, desigur, spre nefericirea multora, public reglementată. În ultimele 4-5 decenii, operațiunile bancare au evoluat de la frumoasele și îngrijitele evidențe și instrumente de hârtie, către formele dematerializate de înregistrare și prezentare. Această evoluție a fost posibilă datorită apariției și dezvoltării noii industrii de tehnologia prelucrării informațiilor.

Noua industrie și-a marcat, desigur, avantajul: **puțini cunoscători, puțini creatori**, marfă rară și deci prețioasă. În timp, cererea crescândă și tot mai rafinată de unelte de prelucrare automată a informațiilor a condus la apariția unei noi națiuni pământene (denumită de profani informaticieni), a celor care vorbesc între ei în limbaje formale, de neînțeles neinițiatorilor.

Această populație înregistrează o creștere demografică importantă, marile rezervoare de resurse fiind, fără dubiu, țările care-și numără nativii cu sutele de milioane, și mai ales cu miliardele. Cu certitudine, un informatician deștept este cel care știe să valorifice insularitatea expertizei sale, frica de reglementatori și competiție a clienților săi, în amalgam cu aviditatea acelorași clienți de a realiza și marca profit.

Nu pot încheia această serie de truisme fără să aduc în discuție aspectul etic al afacerilor. Întrucât sunt un reprezentant al generației '70, care a fost școlită că afacerile sunt oneroase și destinate pauperizării celor mulți și harnici, am fost uimit atunci când un prieten mai puțin indoctrinat sau

mai puțin naiv mi-a spus că banii și profitul n-au etică. Astfel ajung sfâșiat de două trăiri tulburătoare: prima, frustrarea că toată lumea mă înșală (ca individ) și face profit de pe urma naivității și neștiinței mele de a-mi măsura nevoile, și a doua, temerea că eu sunt în același timp o bestie de exploatare care profită din plin de nevoia semenilor. **Allevo a adunat în timp o echipă coezivă, atât caracterial, cât și profesional**. Este oare Allevo – și, deci, întreaga echipă – un profitor de conjunctură?

Subiectiv fiind, evaluarea mea este că noi, Allevo, **suntem modelați de piața în care activăm**. Mai mult, piața noastră caracteristică este de fapt prin NY, Londra, Frankfurt, Tokio, Beijing, acolo unde se realizează marile volume de operațiuni, acolo unde sunt stabilite și reglementate formele de tranzacționare financiară. Astfel, Allevo este un vector de „import” de reglementări și standarde, în permanentă alertă pentru asigurarea conformității cu acestea. Ceea ce însă este revoltător este expectația partenerilor externi ca noi să fim și importatori de idei și de creație. Revolta noastră și-a găsit o formă de expresie: **am început să ne expunem și să devenim vizibili pe piața caracteristică**.

Consecința imediată a ieșirii Allevo în lume este constatarea reconfortantă că nu suntem niște exploatare nemiloși, că în fapt suntem neverosimil de accesibili ca preț și că acest lucru ridică o barieră de credibilitate pe piața noastră caracteristică; iar în condițiile turbulenței actuale economice, credibilitatea este crucială. Realizând că suntem într-o poziție riscantă, am ajuns la concluzia că avem nevoie de o nouă construcție de afaceri, care să permită dezvoltarea în continuare a operațiunilor Allevo.

Soluția? Practic, Allevo a ales să facă cunoscută creația echipei, **să partajeze public cunoașterea acumulată** și să continue să se dezvolte în principal bazat pe noile oportunități create de mobilitatea prelucrărilor primare, de contextualitatea indivizilor și de concentrarea informațiilor și serviciilor.

Închei primul din seria de articole pe care Piața Financiară ni le găzduiește, lansând invitația de a participa la conferința **FINKERS UNITED** (prescurtarea sintagmei „financial thinkers united”), organizată în data de 24 mai 2012, cu sprijinul Institutului Bancar Român, al Asociației Române a Băncilor, al SWIFT și al unui număr important de specialiști din piața financiar-bancară românească și internațională, reprezentanți ai mediului academic și de afaceri.

Sorin Guiman, www.allevo.ro