

COMER COMIDA DE PERRO

Ahora que tengo un bicho en casa (me refiero a uno de cuatro patas, en nuestro caso una hurona muy familiar llamada zorita) si lo que es tener que buscarle la comida (la zorita ha nacido para rica y es delicada para comer) y que me huelan las manos tan malamente cuando le doy una "chuche" con las manos. Esto me trae a la memoria -aunque remotamente; tiene que valer para este articulito- un precepto de la industria del software que parece que poca gente cumple: comer comida de perro ("Eat your own dog food").

Aunque coincido con el espíritu del precepto no lo había escuchado como tal por aquí, sino en algunos foros de la industria del software, con esa capacidad que tienen los americanos (del norte) para calificar y nombrar cualquier tendencia.

"comer comida de perro" se aplica a la necesidad de que los programadores (developers dicen ellos) se pongan en la piel de sus usuarios o clientes y prueben exhaustivamente los programas que desarrollan, que los usen internamente cotidianamente y que además los prueben como si de ello dependiera su futuro, o sea, que se aseguren que lo que fabrican valga para el fin que se persigue y no solo que los programas cumplan las especificaciones técnicas o las virguerías que los propios programadores deseen aplicar.

Esto se comenta en semejanza de algunas marcas



Contenido:

Comer comida de perro	1
Objetivo: La seguridad bajo control	3
Noticias Cortas	5
Eventos	11



de comida de perros que -por no probar ellos mismos la comida- fabrican una porquería que no gusta a ningún perro, pero que los pobrecitos se la comen si no hay otra cosa, al igual que hay usuarios finales que usan cada día un programa determinado porque no hay otro ni hay manera de que el p...obrecito programador entienda sus necesidades.

Hablando de comida, a veces se tiene uno que tragar un sapo de considerables proporciones, me ha pasado en los últimos meses y en varias ocasiones que hablo con individuos que dicen que "hemos cambiado la aplicación fea que corría en un 400 por una aplicación moderna y windows", pero cuando consigo que un usuario final me hable de la tal aplicación me dice que ahora le cuesta mas todo, que se tiene que quedar mas tarde muchos días al mes y que no tiene mas que problemas, pero que claro, que él esta allí para trabajar y que al final todo trabajo tiene que terminar saliendo aunque sea como sea. Desde que muchos de los muchachotes que cobran por ser consejeros o gerentes o directores son también "expertos" en windows, tenemos a asistir al espectáculo de obligar a que una herramienta pensada para correr carreras de juguetes la pongan en manos de un primo lejano de Alonso pretendiendo competir en la misma línea de salida.

Y es que muchas aplicaciones "modernas" sólo lo son en el envoltorio primario, en cuanto empiezas a rascar te sale un tufillo desagradable que tienes que volver la cara. uno de estos muchos casos es de un ex-cliente que compra una nómina windows y al decirle a la empresa de software que no puede hacer un listado de comprobación se le contesta que "es que la aplicación es visual, no por impresora", así que ahí tenemos al pobre usuario paginando el query "que es muy bonito" 35 veces para poder pasar por los 350 empleados.

Es curioso cómo la gente se deja llevar por la imagen de un powerpoint bien hecho y extrapola que si el powerpoint es bonito es que la aplicación va a ser buena, para encontrarse meses después que -aunque ellos no lo sepan- se encuentra en otro maldito caso de programador que no ha usado el programita que hizo. Por cierto, como éste nuevo año no hice ningún deseo de año nuevo, voy a ver si aprendo esto del powerpoint y el próximo artículo que me obliguen a escribir os sorprenda con uno con colorines.

Muy pocos productos cuentan con "probadores" o "testadores" del software desde el punto de vista del usuario final, dejando las posibles pruebas a los mismos programadores, con algunas revisiones por parte de personal de marketing para que quede bonito. Abundando en ello, ahora también se lleva entregar el software beta a los clientes, confiando que sean ellos los que actúen como probadores, lo mismo no es mala idea si luego hicieran caso de las opiniones de los usuarios.



“se aseguren que lo que fabrican valga para el fin que se persigue”

**GUILLERMO ANDRADES
COMITÉ EJECUTIVO
COMMON EUROPE ESPAÑA**

OBJETIVO: LA SEGURIDAD BAJO CONTROL



“Las mayores amenazas que afrontan las pequeñas y medianas empresas de entre 100 y 1000 empleados son, sin duda, los ataques contra su seguridad informática”

Las mayores amenazas que afrontan las pequeñas y medianas empresas de entre 100 y 1000 empleados son, sin duda, los ataques contra su seguridad informática. Se trata de un problema importante, y los empresarios tienen que concentrar todos sus esfuerzos para no descuidarlo.

Existen varios tipos de ataques contra la seguridad. El *spam*, por ejemplo, atasca los buzones de entrada de las cuentas de correo y obliga a los empleados a perder tiempo filtrando los mensajes entrantes. Por su parte, hay virus y gusanos que destruyen y sustraen información importante y, a menudo, confidencial. Otros tipos de virus provocan las caídas de los sistemas, con lo que se reduce la productividad de la empresa. Asimismo, los programas espía o *spyware*, que recopilan información sobre los usuarios sin su conocimiento para enviarla a empresas interesadas, también merman el rendimiento de los ordenadores personales.

Para que las pequeñas y medianas empresas puedan alcanzar el éxito es importante que se centren en desafíos clave para su negocio, como la reducción de costes, la mejora de la productividad de los empleados y el refuerzo de las ventajas competitivas. Sin embargo, las amenazas a la seguridad aumentan los costes y reducen la productividad y competitividad de los trabajadores y además, las medidas de seguridad requieren inversiones financieras y de recursos que pueden resultar demasiado elevadas para la mayoría de estas empresas.

Las pequeñas y medianas empresas no cuentan normalmente con los conocimientos o los recursos necesarios para tener bajo control todos los aspectos de su seguridad. Como consecuencia, sólo se preocupan por ella de forma esporádica, a menudo cuando se tienen que enfrentar situaciones de crisis. Aunque suelen utilizar armas familiares como los cortafuegos o el software antivirus, no siempre disponen de los medios apropiados para mantener su tecnología actualizada y preparada para afrontar nuevas amenazas.

Cuando consideran realizar inversiones en tecnologías de la información (TI), normalmente basan su decisión en elegir aquellas que sean fáciles de utilizar y que además puedan ayudarles en su competitividad. No esperan que la tecnología en sí misma se convierta en una ventaja competitiva, aunque sí quieren mantenerse al mismo nivel que las demás empresas de su sector.

Al estar limitadas por tiempo, costes y recursos, estas





empresas no pueden plantearse implantar un sistema de seguridad complejo, prefieren tecnologías sencillas de cara al usuario, como por ejemplo la identificación a través de una única contraseña.

Sin embargo, antes de hacer una inversión, es necesario que las compañías medianas estudien detenidamente cómo conseguir que sea rentable y actúe a su favor.

Por supuesto, este tipo de transacciones son el motor que impulsa a otros procesos de negocio. Las capacidades de almacenamiento y seguridad deben estar operativas para manejar la información de pago de los clientes y conservarla para futuras operaciones. Eso sin mencionar que la información debe propagarse a otros sistemas clave, como la cadena de distribución, en una infraestructura integrada que ofrezca una experiencia de uso perfecta y sencilla tanto a las empresas de tamaño medio como a sus clientes.

“Sin embargo, antes de hacer una inversión, es necesario que las compañías medianas estudien detenidamente cómo conseguir que sea rentable y actúe a su favor”

Estas empresas tienen que evitar a toda costa que sus sistemas o procesos se vean en peligro por culpa de hackers o virus. Por un lado, pueden buscar la ayuda de compañías más grandes en las áreas de sistemas de gestión de seguridad, gestión de datos y capacidades de almacenamiento, y por otro pueden considerar la posibilidad de subcontratar sus necesidades de seguridad de TI para centrarse en sus desafíos de negocio y potenciar la productividad y las ventas.

Llegadas a este punto, es necesario que las empresas evalúen si los proveedores candidatos a ofrecerles estos servicios cuentan, por ejemplo, con una marca acreditada, si poseen la estabilidad financiera para completar el ciclo del contrato, si pueden proporcionar una amplia gama de funciones de seguridad y si están en condiciones de ofrecer un plan de actuación que cubra cualquier brecha en la seguridad que pueda aparecer en el futuro. Y, naturalmente, deben asegurarse que, en el caso ideal, la subcontratación les proporcionará un retorno de la inversión en un plazo máximo de dos años.

No hay que olvidar que existe todo un arsenal de productos y servicios disponibles para ayudar a estas empresas a mantener sus sistemas de almacenamiento y gestión de la seguridad, algo muy importante teniendo en cuenta que, una vez resueltas las cuestiones de seguridad, podrán centrar su atención en los asuntos clave de su negocio.

FELIX MARCHAN

DIRECTOR DEL SOFTWARE TIVOLI

IBM EN ESPAÑA, PORTUGAL, GRECIA, ISRAEL Y TURQUÍA



NOTICIAS CORTAS

El phishing cuesta 50 millones a las entidades financieras

Esta práctica delictiva ha perjudicado, sobre todo, a Caja Madrid, Banesto y Santander, que advierten que no se deben facilitar claves a través de correo electrónico.

El dudoso honor de convertirse en el fraude online más extendido en 2006 ha recaído sobre el phishing, o lo que es lo mismo: el robo de datos por Internet a través de mensajes electrónicos. La Asociación de Internautas (AI) ha estimado en 50 millones de euros las pérdidas ocasionadas a bancos y cajas de ahorros.

Las entidades financieras son, precisamente, las más afectadas por este fraude y en total, durante el pasado ejercicio, se registraron 705 ataques a bancos y cajas de ahorro.

Las firmas más perjudicadas durante el pasado ejercicio fueron Caja Madrid, Banesto y el Grupo Santander, aunque durante los últimos meses del año los ciberdelincuentes también han puesto el punto de mira en entidades de menor volumen, como Caja El Monte o Banco Guipuzcoano.

Los grandes bancos y cajas de ahorro españoles han decidido contratar a las compañías de seguridad en Internet para hacer frente a los crecientes riesgos del fraude 'online' y lanzan serias advertencias a sus clientes sobre el aumento esta nueva forma de estafa.

"Para evitar ser víctima de un fraude, nunca atienda solicitudes de claves que le lleguen a través de correo electrónico", advierte el Banco Santander en su página de Internet.

BBVA, Banesto, Popular, Caja Madrid o La Caixa lanzan el mismo mensaje a sus clientes para advertirles sobre el peligro de la denominada "ciberdelincuencia".

El presidente de AI, Víctor Domingo, señala que el futuro de la banca online y de las oficinas bancarias virtuales "pasa necesariamente por la seguridad" y exige a las entidades financieras que "mejoren su política de transparencia", ya que, en su opinión, todavía adolece de "cierto oscurantismo".

Intel repasa sus hitos tecnológicos del 2006 junto a las tendencias 2007

Destaca en 2006 la presentación de la familia de procesadores Intel Core? 2 Duo e Intel Xeon? y el primer procesador de cuatro núcleos del mundo destinado a servidores, estaciones de trabajo y equipos de sobremesa

Los titulares que resumirían el intenso año de trabajo de Intel durante 2006, en el que presentó el mayor número de productos de su historia, tienen un claro protagonista y es el verdadero despegue de la etapa multi-núcleo. Durante el pasado verano, Intel presentó

“Esta práctica delictiva ha perjudicado, sobre todo a Caja Madrid, Banesto y Santander, que advierten que no se deben facilitar claves a través de correo electrónico”

“Balance positivo para los Sistemas de IBM. Eficiencia energética, virtualización y entorno mainframe serán los tres ejes de actividad de la compañía en 2007”

el procesador Intel Core 2 Duo que ofrece un indiscutible liderazgo en cuanto a rendimiento se refiere tanto para equipos portátiles como para sobremesa y servidores. Como reflejo de este liderazgo, a mediados del pasado mes de octubre Intel había ya entregado 6 millones de unidades.

Además presentó un número record de procesadores -más de 40- en menos de 200 días, cubriendo las principales líneas de producto de Intel y fueron presentados entre uno o dos trimestres antes de lo programado. La presentación en verano del doble núcleo, el procesador Itanium 2 multi-hilo, ayudó a esta arquitectura a convertirse en la de más rápido crecimiento entre todas las ofertas no pertenecientes a la familia x86.

Asimismo, destacó como el primer fabricante en lanzar el doble núcleo para equipos portátiles, ofreciendo una mayor vida de la batería. Con el fin de ampliar y consolidar su liderazgo en producto y procesos de fabricación, Intel también planea acelerar los ciclos de desarrollo de microarquitecturas y los avances en fabricación - que ya han sido reconocidos como los más avanzados del mercado

Este año, cargado de proyectos, la compañía incentivará la movilidad laboral desde cualquier lugar gracias a los ordenadores portátiles y el acceso a Internet con banda ancha desde cualquier lugar, para lo que Intel ha certificado 90.000 puntos de acceso inalámbricos verificados para la tecnología móvil Intel Centrino Duo en todo el mundo y ha estado colaborando con organismos gubernamentales para permitir la movilidad de forma más generalizada mediante la creación de Ciudades Totalmente Inalámbricas - como es el caso de Londres (Reino Unido), Bochum (Alemania), San Petersburgo (Rusia) y Umea (Suecia).

El gran hito 2007 será la consolidación de la tecnología de múltiples núcleos; es decir, ordenadores personales con dos o más procesadores o "cerebros" que gracias al compromiso permanente de Intel para innovar en tecnología - siguiendo lo establecido por la Ley de Moore, por la que cada dos años se doblará la densidad de transistores en un chip - cambiará así el entorno informático. Pero el objetivo no va a ser únicamente la "destreza" tecnológica o el record "procesadores" presentados por Intel - sino el impacto del progreso tecnológico en nuestra sociedad y en la forma en la que vamos a trabajar y a relacionarnos.

Balance positivo para los Sistemas de IBM

Eficiencia energética, virtualización y entorno mainframe serán los tres ejes de actividad de la compañía en 2007

Nieves Delgado, vicepresidenta de la división de Sistemas de IBM para España, Portugal, Grecia, Israel y Turquía, ha analizado la actividad de este segmento durante 2006 y ha explicado a la prensa cuáles serán las directrices de su línea de negocio para el recién estrenado ejercicio.

Según los datos de Gartner referidos al tercer trimestre de 2006, la compañía alcanzó una cuota de mercado del 33,7 por ciento, sustentado en la línea de servidores corporativos System z y los

"Vodafone lanza tres nuevos teléfonos móviles en una edición especial inspirada en la escudería de Vodafone McLaren Mercedes, patrocinadora oficial de Fernando Alonso"

servidores blade, así como el impacto de la arquitectura Power5+ en UNIX, sistema operativo en el que lograron el segundo puesto mundial.

"Se han aprobado también fuertes inversiones para los entornos Linux, estamos trabajando con Red Hat, Oracle, Novell está en Blade.org? Linux es la línea que más está creciendo, aunque en UNIX también queremos ser número uno aunque no sabemos cuándo", explica Delgado.

A escala mundial, según los datos del tercer trimestre, la compañía logró el primer puesto, aumentando su facturación en 3,2 puntos, alcanzando una cuota de mercado del 32,9 por ciento

Ante el ligero descenso que ha experimentado el mercado de servidores, la responsable de Sistemas de IBM reconoce que ha caído el precio por unidad, aunque el mercado demanda mayor capacidad de proceso. "El compromiso con nuestros clientes finales es un ahorro final de costes de hardware más software del 10 por ciento, con una mejora de su rendimiento del 30 por ciento", señala Delgado. "Me preocupa quiénes son mis competidores y cómo se puede competir con ellos". Entre estos fabricantes ha destacado la agresividad demostrada por HP, sobre todo en el terreno de blades.

Nieves Delgado ha establecido una división en tres áreas para su estrategia en 2007: el ahorro de energía, con la tecnología CoolBlue; la virtualización y los mainframe. Asimismo, ha valorado la entrada de AMD en los equipos de IBM como una "necesidad para atender la demanda de este tipo de procesadores, aunque hoy día el mercado más competitivo es Intel".

Para nuestro país, Delgado no vaticina grandes cambios, "vemos un sector pyme muy fuerte, aunque más de mediana empresa, pero sobre todo nuestras principales bazas continuarán siendo Banca y Sector Público".

Nuevos móviles McLaren de Vodafone

Vodafone lanza tres nuevos teléfonos móviles en una edición especial inspirada en la escudería de Vodafone McLaren Mercedes, patrocinadora oficial de Fernando Alonso

Como no podía ser menos, la Fórmula Uno, más concretamente la escudería patrocinadora oficial del piloto asturiano bicampeón mundial, Fernando Alonso, también tiene sus propios teléfonos móviles. Y quién si no, Vodafone ha sido la encargada de lanzar esta exclusiva edición especial de tres dispositivos distintos al mercado.

Se trata del Vodafone McLaren Mercedes 770SH (3G), el GX29 (2G) de Sharp y el SGH-Z720M Edición Ultra de Samsung. El diseño se inspira en la imagen corporativa del nuevo coche del equipo de Vodafone McLaren Mercedes, presentado por todo lo alto el pasado lunes en la capital valenciana. Plata cromada con destellos y detalles en rojo son los principales colores de esta nueva "bala" de la Fórmula Uno.

Los teléfonos ofrecen servicios multimedia como la TV-móvil, pistas de audio y vídeo para descargas de alta velocidad y cámara de fotos con resolución de 3 megapixels. "El objetivo es aproximar a nuestros clientes al nuevo equipo Vodafone McLaren Mercedes y

ofrecerles fotografías exclusivas de las carreras, así como las últimas noticias, a través de Vodafone Life" afirmaba Frank H. Rövekamp, director general de marketing de Vodafone.

"Es muy positivo que Vodafone y McLaren Mercedes trabajen conjuntamente para asegurar a nuestros clientes la oportunidad de disponer de estos teléfonos y poder crear así una mayor afinidad en el equipo" añade Ron Dennis, director general de McLaren Mercedes.

Intel avanza gracias al tirón de la movilidad

La compañía ha obtenido unos ingresos de 9.700 millones de dólares en el último trimestre del año, gracias a la gran acogida de los procesadores dual core.

El fabricante de procesadores Intel ha comenzado el año con fuerza, alentado por los buenos resultados obtenidos en el último trimestre del año: unos ingresos de 9.700 millones de dólares, 1.500 millones de dólares en ingresos netos. Los ingresos netos de 2006, 35,4 millones de dólares, representan un 9 por ciento menos que en 2005, aunque la compañía está consiguiendo cumplir con sus objetivos de reestructuración de plantilla, concluyendo el ejercicio con 94.100 empleados menos. Los planes de saneamiento de la compañía pasan por ahorrar 2.000 millones de dólares en 2007 y 3.000, en 2008.

Para el director general de Intel Iberia, Jesús Maximoff, "estos resultados han tenido mucho que ver con el éxito de nuestros microprocesadores de 65 nanómetros, de los cuales hemos vendido 70 millones de unidades". Asimismo, ha calificado 2006 como el "año del dual core", que representa el 70 por ciento de la producción para desktops y el 90 por ciento de los procesadores destinados a portátiles. Este producto ha supuesto el 50 por ciento de las ventas en nuestro país, según Maximoff, que también ha querido destacar la especial importancia del lanzamiento de los procesadores quad core, así como de los importantes ahorros energéticos que permite la arquitectura Woodcrest.

La venta total de microprocesadores se ha visto impulsada por la movilidad, una faceta liderada por el consumidor doméstico y la pyme, principalmente. El desarrollo de la plataforma Santa Rosa significa ya el paso siguiente de Intel en este ámbito, que se apreciará mejor cuando WiMAX, la cuarta generación para datos móviles, sea una realidad consolidada.

Por otra parte, Intel ya piensa en la fabricación de la próxima generación de su tecnología de 45 nm, que estima llevar a producción en la segunda mitad de 2007, con la que ya ha realizado pruebas en sistemas operativos como Vista, Windows XP y Linux.

Maximoff también ha expresado que la marcha de la plataforma vPro es muy positiva y que España se ha convertido en el país que lidera su adopción. "Estamos preparados para atender a todas las necesidades del mercado, en alta gama con Itanium, en media con quad core y en el perfil más bajo con los avances de Woodcrest", señala. En 2008 Maximoff asegura que "Intel 2008 será el año de los 45 nanómetros y 18 meses después ya estaremos hablando de 32 nm? El futuro es un teraflop en un chip de 70 núcleos, aunque todavía queda mucho".

"La compañía ha obtenido unos ingresos de 9700 millones de dólares en el último trimestre del año, gracias a la gran acogida de los procesadores dual core"

Los resultados de IBM dan la razón a su estrategia de servicios

La compañía de Samuel J. Palmisano ha obtenido unos ingresos de 91.400 millones en 2005. Software y servicios son las divisiones que más crecen.

Las adquisiciones de IBM en el terreno del software y su decisión de convertirlo en su principal activo de negocio parece que da sus frutos. Así se refleja en los últimos números de la compañía, que ha presentado los resultados correspondientes al cuarto trimestre de 2006 y del último año fiscal completo.

El gigante Azul ha concluido 2006 con unos ingresos totales de 91.400 millones de dólares, un cuatro por ciento más que en 2005. En lo que respecta al beneficio neto, éste alcanzó los 9.500 millones de dólares frente a los 7.900 millones del ejercicio anterior.

Los ingresos totales del cuarto trimestre han ascendido a 26.300 millones de dólares, lo cual representa un crecimiento del siete por ciento respecto al mismo trimestre de 2005. Desde el punto de vista geográfico, los ingresos de 2006 en la zona de América han sido de 39.500 millones de dólares, con un incremento del dos por ciento frente al año 2005. Los ingresos en EMEA han sido de 30.500 millones de dólares, básicamente estables, mientras que en Asia-Pacífico descendieron un seis por ciento hasta 17.600 millones de dólares.

Los servicios y el software se han convertido en el segmento más pujante de IBM. Muestra de ello son los ingresos en el área de software en 2006, que han alcanzado la cifra de 18.200 millones de dólares, con un crecimiento del ocho por ciento. Los ingresos del área de Global Technology Services han sido de 32.300 millones de dólares, con un incremento del tres por ciento frente a 2005. Los ingresos del segmento Global Business Services han sido de 16.000 millones de dólares, que se han mantenido estables. Los ingresos de Systems & Technology Group han sido de 22.000 millones de dólares, con un crecimiento del cinco por ciento.

SAP anuncia sus resultados fiscales de 2006

La compañía apuesta por el crecimiento de las medianas empresas y las soluciones que aporta para este sector para mantener su liderazgo en el mercado

Henning Kagermann, CEO de SAP AG, principalmente conocido como proveedor de plataformas y soluciones empresariales, ha presentado los últimos resultados fiscales de la compañía que cubre el ejercicio de 2006.

Lo más significativo de los resultados es el crecimiento del 12 por ciento en los ingresos (6.600 millones de euros) realizados el año pasado comparado con el 2005. De hecho, el CEO señala que el último trimestre de 2006 es el décimosegundo trimestre consecutivo de crecimiento en dobles cifras de la compañía. En parte, los buenos resultados obtenidos se deben a su fuerte posición en el área de Core Enterprise Applications con una participación del 24 por ciento,

”La compañía apuesta por el crecimiento de las medianas empresas y las soluciones que aporta para este sector para mantener el liderazgo en el mercado”

más del doble que el número dos en este segmento. Por otra parte, los negocios de mantenimiento y productos ahora se engloban bajo el apartado de Software y los servicios relacionados con este que incluye el soporte de sistemas y licencias.

Sin embargo, Kagermann también señala que uno de los enfoques de la compañía de cara al futuro será el segmento de las medianas empresas donde prevé una gran oportunidad de crecimiento. Actualmente, la cartera de SAP se puede dividir en tres mercados principales: Core Enterprise Applications - su área de negocio tradicional de soluciones empresariales con mySAP Business Suite (ERP, SCM, CRM, etc); SME o pyme - con la solución SAP All-in-One (todo en uno) y SAP Business One; y el mercado de Plataformas - con SAP NetWeaver de estándares abiertos que potencia la implementación de arquitecturas orientadas a servicios.

No obstante, Kagermann enfatiza que la hoja de ruta de SAP y los objetivos propuestos para el 2010 como respuesta a los cambios en el mercado global incluyen la evolución de mySAP ERP al modelo BPP (Business Process Platform) que dará comienzo durante el presente año, lograr un total de 100.000 clientes de los presentes 30.000, y el 50 por ciento de ingresos realizados por nuevos negocios, especialmente en el sector de pymes.

CONTACTOS

* Si estás interesado en recibir la **revista de Contact Center**, remítanos un correo electrónico a info@common-es.org con los siguientes datos: empresa, nombre y apellidos de la persona que desea recibir la revista, cargo que desempeña en su compañía y la dirección completa de la misma.

* Si quieres recibir información o estás interesado en celebrar una presentación en el **IBM FORUM** puedes ponerte en contacto con Carmen Torres en carmentorres@es.ibm.com o llamar al 91 397 7358. También tienes información en <http://www.ibm.com/es/events/centers/madrid>.

Os recordamos que el **IBM FORUM ofrece un 10% de descuento a los miembros de Common** que utilicen cualquiera de los servicios del IBM Forum de Madrid

PROXIMOS EVENTOS COMMON

7 DE FEBRERO , MADRID

Sesión de Voz sobre IP

6 DE JUNIO, MADRID

Evento en preparación

4 Y 5 DE OCTUBRE, SANTIAGO DE COMPOSTELA

Nuestra Reunión Nacional 2007

NOVIEMBRE

Como todos los años tenemos previsto en este mes la visita de los ponentes de los laboratorios de Rochester (MN) que tratarán los temas de máxima actualidad.

DURANTE EL AÑO

Estamos trabajando en la creación de eventos vía web. Os mantendremos informados

En nuestra página web www.common-es.org encontrarás más información sobre estas sesiones.

**“Buscamos
colaboradores
para próximas
publicaciones”**

OPERACION TRIUNFO EN COMMON

¿QUIERES SER FAMOSO?
¿ TIENES COSAS QUE DECIR ?

Estamos buscando colaboradores para las próximas publicaciones de Common. Si estás interesado en tratar algún temas y quiere enviarnos un artículo, nota o incluso un chiste nosotros te lo publicaremos.

Si es un chiste con viñeta nos lo puedes mandar en papel y nosotros lo escanaremos

C/ Goiri, 30—7º D
28039 Madrid
Teléfono: 913.116.114
Fax: 913.116.114
Correo: info@common.es

EDICION:

Common Europe España

COMITÉ EJECUTIVO**PRESIDENTE**

OLGA MIRALLES

ASERCO

TLF 93.341.40.78

EMAIL: olgam@common.es

VICEPRESIDENTE

MANUEL DELGADO

PETRESA

TLF 956 58.22.52

EMAIL: mdr@common.es

SECRETARIO

ROSARIO RODRÍGUEZ MEGO

IBM ESPAÑA

TLF 91 397.64.73

EMAIL : charormego@common.es

TESORERO

GUILLERMO ANDRADES

CPI SOFTWARE

TLF 91 535.41.35

EMAIL: gab@common.es

VOCALES

SANTIAGO PICAZO

SAYTEL SERVICIOS INFORM

TLF 91 296.13.45

EMAIL: spicazo@common.es

DEBORA CLAP

CLAP SOLUCIONES INFORM

TLF 93 467.48.42

EMAIL: debora@common.es

FRANCISCO SANTA CRUZ

POPULAR BANCA PRIVADA

TLF 91 520.75.84

EMAIL: fsantacruz@common.es

COORDINACION Y EDICION

Juan José Casado

SECRETARIA

Alicia Santos

FINES DE LA ASOCIACION:

- Promover entre sus miembros el intercambio de informaciones y experiencias sobre todas las cuestiones relacionadas con la informática.
- Desarrollar coloquios seminarios y reuniones para el estudio de los sistemas de información, que permitan un mejor aprovechamiento de los equipos y materiales existentes en el mercado
- Canalizar las experiencias de los miembros de la Asociación a fin de obtener mejoras en beneficio de los Miembros usuarios
- Establecer relaciones con otras Asociaciones o grupos profesionales, nacionales e internacionales, con actividades iguales o similares
- Realizar cualesquiera otras actividades que, de acuerdo con los objetivos antes enumerados, ayuden a la consecución de los fines previstos.

