



PULSO IT 2024



RED HAT SUMMIT 2024

ENTREVISTA CON CARLOS MAZALÁN



# EXPANDIR LA CULTURA DE INNOVACIÓN

ENTREVISTA CON SOFÍA GUIDOTTI, COUNTRY MANAGER DE AWS

# EN ESTA EDICIÓN



06

**OPTIMISMO EN PULSO IT**



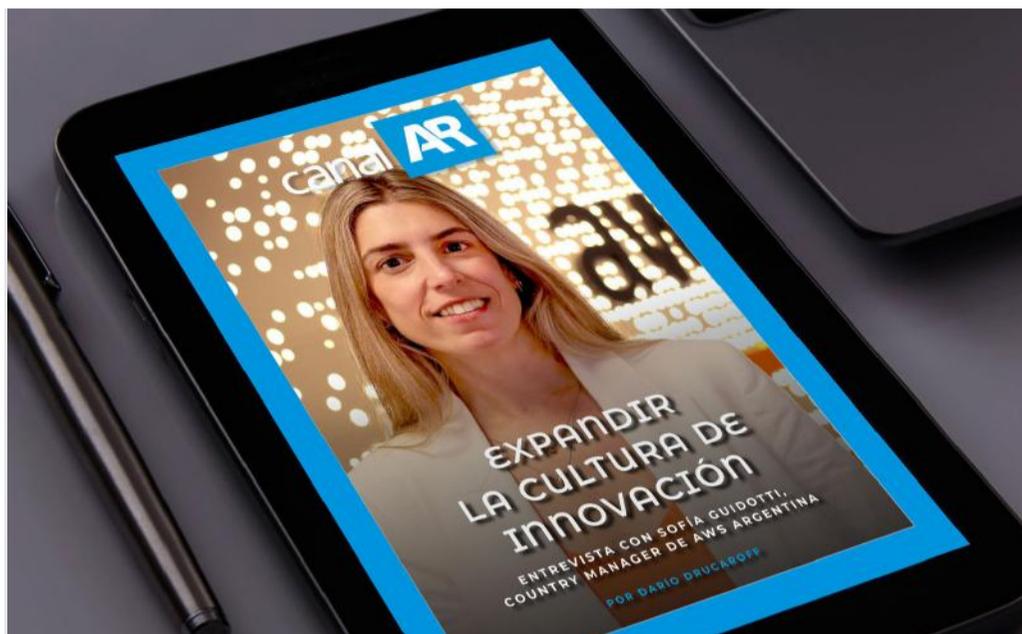
12

**ENTREVISTA CON SOFÍA GUIDOTTI**



16

**ENTREVISTA CON CARLOS MAZALÁN**



## BIENVENIDOS

Motivados por el interés y las palabras de aliento tras el lanzamiento de la Revista Digital CanalAR, redoblamos nuestra apuesta con esta segunda edición, sumando análisis, tendencias y voces clave que fortalecen el crecimiento del ecosistema IT argentino.

En octubre, Pulso IT, organizado por CADMIPyA, reunió a más de 6,000 asistentes y 48 marcas en un evento donde fabricantes, distribuidores y profesionales del sector conectaron y exploraron juntos las tendencias globales y locales. Los invitamos a recorrer esta edición y conocer más sobre lo que dejó este encuentro.

También sumamos dos entrevistas destacadas. La primera es con Sofía Guidotti, Country Manager de AWS Argentina, quien compartió cómo la cultura de innovación de AWS está transformando la industria. Nos habló de cómo AWS fomenta la creatividad en sus equipos y clientes con un enfoque centrado en el cliente. Conversamos además con Carlos Mazalán, quien celebra 30 años al frente de Mazalán Comunicaciones. Su trayectoria y logros no solo reflejan la evolución del marketing y las comunicaciones, sino también el impacto de las nuevas tecnologías en esta industria.

Agradecemos a quienes nos acompañan en esta etapa y confiamos en que esta edición de la Revista Digital CanalAR siga siendo una herramienta valiosa para nuestros lectores.

**DARÍO DRUCAROFF**  
DIRECTOR GENERAL

# Descubre la **Easy UPS 3-Phase Modular** de 50-250 kW (400 V), la solución definitiva para una protección de energía sólida.



## **Fácil**

de seleccionar, cotizar, almacenar, instalar, escalar y mantener.

## **Aumente**

la disponibilidad sin huella adicional.

## **Inversión Optimizada**

fácil de escalar a las necesidades de tu sitio.

## **Tamaño de Rack de TI Compacto**

Libera espacio para equipos que generen ingresos.

## **Innovador Live Swap**

Mantén tu carga protegida, tu negocio en funcionamiento y a tus empleados más seguros.

## **EcoStruxure IT**

Obtén soporte en cualquier momento.

## **Elección Perfecta**

para una variedad de aplicaciones industriales y de data centers.



Obtén la mejor protección de energía de su clase con la **Easy UPS 3-Phase Modular**.

Life Is On

**Schneider**  
Electric

# TABLA DE CONTENIDOS

06



Optimismo en Pulso IT

08



Cisco Partner Summit

10



Nuevas CPUs y GPUs AMD

12



Entrevista con Sofía Guidotti

20



Red Hat Summit

22



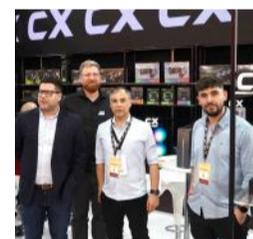
Dell Technologies en Pulso IT

23



Forza, gran expectativa en Argentina

24



CX anunció nuevos productos

25



Micron: "Argentina renace"

26



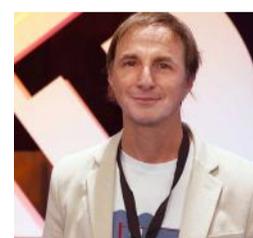
Juan Corio, en OCRL

27



Solution Box y Microsoft en Pulso IT

28



Netpoint y el retail en Pulso IT

29



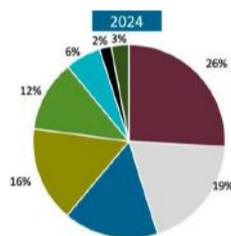
Nexsys Exclusive Summit 2024

30



Skullcandy y el Crusher ANC 2

31



5 tendencias IT según TD SYNnex

33



Momento crucial en el software



Entrevista con Carlos Mazalán

34



DevSecOps Day en Epidata

35



Nuevos agentes de IA de easycommerce

36



Nueva norma ISO 56001

37



El Gobierno lanzó Argentina Delivers

39



Nuevo Índice de Innovación Tecnológica

40



Tendencias en educación para 2025

41



Social Media Day Buenos Aires

43



Alianza YPF y Schneider Electric

# Pulso IT celebró su octava edición con una oleada de optimismo para la industria IT argentina



Alejandro Boggio, presidente de CADMIPyA, durante la apertura de Pulso IT 2024.

La Cámara Argentina de Distribuidores Mayoristas de Informática, Productores y Afines (CADMIPyA) celebró con éxito la octava edición de Pulso IT, el evento para la industria tecnológica más destacado del país, que tuvo lugar el 17 y 18 de octubre en el Centro Costa Salguero, en la Ciudad de Buenos Aires. Con más de 6.000 asistentes, 48 marcas participantes y 36 charlas a cargo de 45 oradores, Pulso IT se consolidó nuevamente como el punto de encuentro clave para fabricantes, distribuidores, emprendedores y profesionales del sector IT.

Alejandro Boggio, presidente de CADMIPyA, destacó la relevancia del evento, agradeciendo la participación de diversas cámaras y figuras del ámbito público, como el Secretario de la Pequeña y Mediana Empresa, Marcos Ayerra. “La tecnología es la base fundamental de todas las ramas de actividades, y este evento nos permite acercarla de forma

accesible a empresas, emprendedores y desarrolladores”, afirmó Boggio. Además, remarcó la importancia del ecosistema de canales de valor agregado, resellers y casas de computación para mantener la estabilidad en un contexto económico desafiante.

Uno de los momentos más destacados fue el panel internacional que contó con la participación de la Cámara de Distribuidores IT de Brasil (Abradisti) y la consultora CONTEXT, donde se discutieron las tendencias globales en la distribución de tecnología. Este intercambio permitió a los asistentes obtener una visión más amplia del rumbo de la industria a nivel mundial.

Pese a los desafíos económicos actuales, Boggio se mostró optimista para el futuro del sector: “El mercado de IT tendrá un año de crecimiento en 2025”. El vicepresidente de



Alejandro Boggio, Gustavo Geldart, y Sergio Airoldi.

CADMIPyA, Sergio Airoldi, compartió esta visión optimista, resaltando la importancia de Pulso IT como espacio para fomentar relaciones comerciales y consolidar una industria más robusta.

“Después de años difíciles, estamos en camino a la normalización del negocio”, afirmó Airoldi.

El evento también brindó un espacio para integradores de servicios IT, quienes pudieron interactuar con clientes y colegas, fortaleciendo el ecosistema tecnológico del país.

Además, Pulso IT contó con conferencias de alto nivel, como la presentación de Claudio Zuchovicky sobre la economía en tiempos de incertidumbre, y el análisis de Darío Judzik sobre inteligencia artificial y su impacto en la vida y el trabajo.

El cierre estuvo a cargo de Mario Per-

golini, empresario de medios y tecnología, quien transmitió un mensaje optimista sobre el futuro del sector.

Gustavo Geldart, responsable de la organización de Pulso IT, expresó su satisfacción por los resultados: “Este evento se ha consolidado como el principal punto de encuentro del mercado

tecnológico en Argentina”.

Con un balance positivo y grandes expectativas, Pulso IT ya anunció su novena edición para 2025, con la promesa de seguir impulsando el crecimiento y la innovación en la industria tecnológica del país.



Mario Pergolini, durante el cierre de Pulso IT 2024.

# Cisco redefine su relación con sus socios con el nuevo Programa de Partners Cisco 360



Jeetu Patel, Chief Product Officer de Cisco, y Chuck Robbins, CEO de Cisco, durante el Cisco Partner Summit 2024

Cisco acaba de anunciar su nuevo Programa de Partners Cisco 360, una transformación de su modelo de colaboración con socios para adaptarse a las demandas de un mercado en constante cambio. El nuevo programa, que comenzará oficialmente en febrero de 2026, busca mejorar la capacidad de sus socios para entregar soluciones tecnológicas más modernas y resilientes que satisfagan las necesidades de los clientes en áreas como infraestructura, inteligencia artificial (IA) y ciberseguridad.

El Programa de Partners Cisco 360 pretende redefinir la relación entre Cisco y sus socios, ofreciendo un modelo de colaboración que evalúa el éxito más allá de las transacciones. Cisco ha destinado una inversión inicial de 80 millones de dólares para mejorar las habilidades y la experiencia de sus partners. De esta inversión, 60 millones se asignarán a la suscripción de partners calificados a Cisco U., una plataforma de formación y certificación, mientras que los 20

millones restantes estarán dirigidos a eventos de capacitación trimestrales enfocados en inteligencia artificial, seguridad y redes.

El programa Cisco 360 propone dos nuevas categorías de certificación: “Socio de Cisco” y “Socio Preferido de Cisco”, las cuales permitirán a los partners diferenciarse en áreas específicas como seguridad y redes. Además, Cisco lanzó su primera especialización en IA, la Especialización en Soluciones de Infraestructura Listas para IA, para apoyar a los socios en la implementación de infraestructura y soluciones de observabilidad orientadas a IA.

La compañía ha previsto un período de transición de 15 meses para que los partners puedan adaptarse al nuevo modelo. Durante esta fase, Cisco mantendrá los niveles y roles actuales para asegurar la protección de las inversiones y facilitar una transición ordenada.

# Creados para jugar. Listos para lo que sea.



El rendimiento que tus clientes anhelan  
con la eficiencia que necesitan.

[www.air-computers.com](http://www.air-computers.com)

**AIR**  
COMPUTERS

Rosario  
San Nicolás 1450  
+54 (341) 436 7777

Buenos Aires  
Luis Piedra Buena 3590  
+54 (11) 7093 1025

Córdoba  
Ramírez de Arellano 1230  
+54 (351) 474 5040

Mendoza  
Federico Moreno 1456  
0810 362 2333

# AMD presentó nuevas CPUs y GPUs durante el evento AMD Advancing AI



Dra. Lisa Su, presidenta y directora ejecutiva de AMD.

AMD ha dado un paso firme en su ambición por liderar el sector de los centros de datos y la inteligencia artificial con una serie de lanzamientos destacados por su innovación en rendimiento y eficiencia. Durante el evento AMD Advancing AI, la compañía presentó su nueva generación de CPUs y GPUs para IA empresarial, consolidando su posición en un mercado altamente competitivo.

Entre las novedades más destacadas se encuentra el lanzamiento de los procesadores Ryzen AI PRO 300 Series, diseñados específicamente para PCs empresariales. Estos nuevos chips, basados en la arquitectura "Zen 5", ofrecen hasta tres veces más potencia de procesamiento de IA en comparación con sus predecesores. Su integración con tecnologías como Copilot+ permite optimizar tareas empresariales clave, como la transcripción en tiempo real o la generación avanzada de imágenes

mediante IA, potenciando la productividad de las empresas.

"La inteligencia artificial y los centros de datos representan importantes oportunidades de crecimiento para AMD, y estamos generando un fuerte impulso para nuestros procesadores EPYC y AMD Instinct entre un número cada vez mayor de clientes", dijo la presidenta y directora ejecutiva de AMD, Dra. Lisa Su.

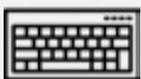
Por otro lado, la compañía amplió su oferta para centros de datos con el lanzamiento de la quinta generación de CPUs EPYC 9005, conocidas por su nombre en código "Turin". Estos procesadores están destinados a revolucionar el rendimiento de los centros de datos modernos, ofreciendo hasta 192 núcleos y mejorando significativamente la eficiencia energética.

# NUEVAS NOTEBOOKS *Gfast*

## El poder de Ryzen



Pantalla Full HD de 15,6"  
Apertura 180°



Teclado retroiluminado



Teclado con pad numérico



RAM expandible



Procesador de alto rendimiento



Cámara de alta resolución

 Windows 11  Copilot



N-535R



N-737R

[Ver más](#)



canal **AR**

**EXPANDIR  
LA CULTURA DE  
INNOVACIÓN**

**ENTREVISTA CON SOFÍA GUIDOTTI,  
COUNTRY MANAGER DE AWS ARGENTINA**

**POR DARÍO DRUCAROFF**

# AWS Argentina y el desafío de construir una cultura de innovación en la nube

Amazon Web Services (AWS), la plataforma de servicios en la nube pionera y más grande del mundo, supo mantenerse en el centro de la transformación digital global desde su creación en 2006. En Argentina, la compañía promueve su tecnología en la nube e impulsa su cultura de innovación y liderazgo, centrada en las necesidades del cliente. Sofía Guidotti, Country Manager (y primera empleada de AWS en Argentina), lidera las operaciones en el país, expande apasionadamente la cultura de la empresa, y promueve la educación y el desarrollo del talento local.

**CanalAR: ¿Por qué le dan tanta importancia a la cultura dentro de AWS y cómo la trasladan tanto a los equipos como a los clientes?**

**Sofía:** Me encanta que me hagas esta pregunta, porque es lo que me apasiona. Amazon creó el concepto de nube en 2006, y originalmente fue para satisfacer las necesidades de su propia infraestructura de retail. En fechas de alta demanda, como el Día del Padre o Black Friday, Amazon necesitaba una infraestructura muy robusta. Ese modelo luego se abrió para desarrolladores y empresas en general, permitiéndoles acceder a tecnología de punta. Así se creó el concepto de la nube: democratizar el acceso a la tecnología. En AWS, no solo pensamos en infraestructura y almacenamiento, sino que también contamos con más de 200 servicios en áreas como análisis de datos, redes, o herramientas para desarrolladores. Es como un Lego, podés crear cualquier cosa que imagines combinando estos servicios, lo que facilita la innovación. Lo más importante es que AWS es una empresa centrada en el cliente, lo que impulsa una fuerte cultura de innovación. Esa obsesión por el cliente se traduce en nuestros principios de liderazgo y en cuatro pilares que guían nuestra forma de trabajo.

**CanalAR: ¿Cómo se aplican estos pilares día a día?**

**Sofía:** Estos principios no solo están escritos, los vivimos en la práctica. Uno de los conceptos clave que tenemos es el de “one way door” y “two way door” (puertas de una sola vía o de doble vía) para tomar decisiones. Esto nos

ayuda a evaluar el riesgo: si una decisión es una puerta de una sola vía, entonces no hay vuelta atrás, o es costoso revertirla. Pero la mayoría de nuestras decisiones (más del 90%) son puertas de doble vía, lo que nos permite tomar riesgos calculados. Es un concepto que uso incluso en mi vida personal. Otro mecanismo es el “walking backwards”, que consiste en partir siempre de la necesidad del cliente y trabajar hacia atrás para encontrar la mejor solución. Estos mecanismos, junto con los principios de liderazgo y la organización interna, hacen que más de 1.6 millones de empleados en Amazon puedan enfocarse en las necesidades del cliente. En AWS, no nos consideramos una empresa de tecnología; más bien, usamos la tecnología como un medio para entender y ayudar a nuestros clientes.

**CanalAR: Sos la primera empleada de AWS en Argentina y hoy liderás el equipo en el país. ¿Cómo fue ese inicio y cuáles fueron tus primeros desafíos?**

**Sofía:** Siempre me gustó lo desconocido y los desafíos. Soy economista y, cuando me llamaron para abrir las oficinas de AWS en Argentina tuve que aprender mucho en poco tiempo. Las entrevistas no solo evaluaban el conocimiento técnico, sino también los principios de la cultura de Amazon. Al principio, el desafío no era vender; era evangelizar sobre el concepto de la nube. Argentina tiene un talento increíble para adaptarse y buscar soluciones innovadoras en entornos cambiantes. Por eso, mi enfoque inicial fue desarrollar un ecosistema de partners y entender qué necesitaban las empresas locales. Participé en cámaras empresariales y me involucré en la comunidad para conocer las necesidades del mercado. Fue un proceso fascinante, porque veía que el enfoque de AWS de estar en sintonía con las necesidades de los clientes era global. Ya para 2018, en Buenos Aires éramos cientos de empleados trabajando con esa misma visión.

**CanalAR: ¿Cómo han evolucionado tus desafíos en AWS a lo largo de los años?**

**Sofía:** Los desafíos hoy son distintos. La tecnología ahora es un habilitador para que tanto el sector público como el

privado puedan transformarse. Trabajamos con gobiernos provinciales en soluciones que mejoran los servicios para los ciudadanos, y con empresas que buscan ser más eficientes, reducir costos y ofrecer servicios personalizados en tiempo real. Desde 2017, AWS ha continuado invirtiendo en Argentina. En 2022, abrimos oficinas locales y el “local zone” en Buenos Aires, que ayuda a reducir la latencia en servicios críticos. Además, seguimos contratando personal en Argentina, porque vemos un futuro prometedor. En AWS, nuestra inversión siempre ha sido a largo plazo, y cada día trabajamos para apoyar a las empresas en su transformación digital y generar valor.

**CanalAR: AWS también ha lanzado iniciativas de formación en el país. ¿Qué importancia le dan a la capacitación?**

**Sofía:** La capacitación es fundamental. Argentina tiene un talento tecnológico comparativamente muy alto, y en AWS sentimos la responsabilidad de contribuir a ese ecosistema. Lanzamos “AWS Entrena Argentina”, un programa para capacitar a 100,000 personas en el país para 2025, con cursos accesibles a través de una plataforma virtual. Un ejemplo de nuestro compromiso con la capacitación es nuestro programa junto a YPF para capacitar a mujeres mayores de 40 años. Invertimos en su formación y logramos que el 100% se reinsertara en el mercado laboral. También colaboramos con universidades y otras instituciones, porque la educación es clave para el futuro del país.

**CanalAR: ¿Sentís algún compromiso particular en relación con la inclusión de mujeres en la industria?**

**Sofía:** Definitivamente. Como mujer, estoy muy comprometida con la inclusión en el sector STEM. Hay pocas mujeres en la tecnología, y menos aún en posiciones técnicas y de liderazgo. Yo soy economista y, sin embargo, lidero AWS en Argentina, Uruguay y Paraguay. Mi bandera es mostrar que se puede; creo que aún queda mucho espacio por cubrir y es fundamental que haya más mujeres en la industria.

**CanalAR: ¿Cómo describirías el papel de la inteligencia artificial en Amazon y AWS?**

**Sofía:** Para nosotros la inteligencia artificial es un tema

central. Llevamos más de 25 años usándola en Amazon.com, en áreas como las recomendaciones de productos o las entregas con drones. Hoy, con AWS, buscamos democratizar su acceso, tal como lo hicimos con la nube. Dividimos este trabajo en tres áreas: infraestructura, plataformas y aplicaciones. Primero, tenemos nuestros propios chips, Inferentia y Trainium, que permiten a empresas que deseen construir y entender la IA desde el hardware. Luego, contamos con una plataforma llamada Bedrock, donde nuestros clientes pueden elegir distintos modelos fundacionales para crear sus aplicaciones, ya sea de texto, imágenes o música, según el caso de uso que necesiten. Por último, también tenemos aplicaciones con API, que requieren menos conocimiento técnico para su uso, por lo que los clientes pueden empezar a utilizarlas rápidamente.

**CanalAR: ¿Y cómo están usando las empresas argentinas estas herramientas?**

**Sofía:** La adopción en Argentina es enorme. El año pasado veíamos muchas pruebas de concepto, pero ahora el foco está en llevar casos de uso reales a producción. Hoy las empresas están concentradas en entender sus necesidades específicas, porque a partir de ahí podemos ayudarlas a implementar la solución adecuada, ya sea inteligencia artificial generativa o IA tradicional. Empresas como Despegar y Banco Supervielle ya han desarrollado aplicaciones que utilizan IA generativa con Bedrock, y esto les permite operar con tecnología de última generación de forma mucho más eficiente.

**CanalAR: ¿Qué expectativas tenés para el futuro de AWS en la región?**

**Sofía:** Cada vez veo que los clientes confían más en nosotros y están más comprometidos. Al preguntarles por qué eligen AWS, me dicen que el factor diferencial es nuestro equipo humano. Eso me llena de orgullo, porque más allá de la tecnología, lo que hacemos es construir una relación de confianza. Creo que tenemos un futuro prometedor. Estamos en un país que quiere salir adelante, y nosotros tenemos la tecnología, la experiencia y, sobre todo, el talento humano para ayudar a que eso suceda.



# HUAWEI



## OCRL

DISTRIBUIDORES OFICIALES



[contacto@ocrl.com.ar](mailto:contacto@ocrl.com.ar)



[www.ocrl.com.ar](http://www.ocrl.com.ar)

canal **AR**

# SIN QUERER QUERIENDO

ENTREVISTA CON CARLOS MAZALÁN,  
PRESIDENTE DE MAZALÁN COMUNICACIONES,  
ENTRE OTRAS COSAS

POR DARÍO DRUCAROFF

# Carlos Mazalán: Tres décadas comunicando tecnología

Mientras estudiaba Ingeniería en Sistemas de Información (UTN), allá por los 80s, cultivó lo que luego sería un referente total de la comunicación tecnológica. Estuvo allí para comunicar lanzamientos de bases de datos, PCs, Internet, puntocom, redes sociales, streaming, inteligencia artificial, y cuántas cosas más se te ocurra. Hoy festeja los 30 años de Mazalán Comunicaciones, y CanalAR se dio el lujo de entrevistarlo y conocer de primera fuente su historia.

**CanalAR: Un poco de historia, y después nos adentramos en el presente: ¿cómo fue ese momento inicial del Mazalán comunicador?**

**Carlos:** Los creadores de Google dicen que ellos no inventaron el modelo, sino que el modelo los encontró a ellos. Estudiaba Ingeniería en Sistemas de la Información, en la UTN, primera promoción. Hacía teatro, tenía mi banda de rock. En segundo año, en 1987, el director de mi carrera, Alberto Uhalde, me dio un módem y un disquete de 5 ¼, que era la versión del UUCP (Unix-to-Unix Copy) que habían hecho en Exactas (UBA), que era un emulador de Unix. Y a partir de ese momento fui el primer administrador de Internet en la regional de Buenos Aires de la UTN, desde mi casa, con una PC XT. Por otra parte, me había ganado una beca para alumnos de sexto año (estaba en segundo, pero no se presentó nadie) y terminé haciendo cursos en Unisys con gerentes de sistemas de primeras empresas. Trabajaba en el área de control de red del Banco Alas, creando con mis compañeros la primera red de cajeros automáticos de Argentina. Ese era el contexto. Muy fuerte. Estaban naciendo Internet, los cajeros, y éramos pibes que estudiábamos electrónica y sistemas, programando en Assembler/CICS, en un mundo absolutamente nuevo y disruptivo.

**CanalAR: ¿Y la comunicación?**

**Carlos:** Carlos Tomassino, a quien por su afecto y mentoría reconozco como mi padre profesional (hasta él mismo me entregó el título en la UTN) me había presentado con Pablo Manchino, quien había hecho la revista *Manejo de la Información*. Para ese momento había otros medios de comunicación del sector, como *CommLetter* de Prince & Cook,

*Mundo Informático*, *Compumagazine* y *Computerworld*. Aprendí periodismo técnico y específico. Vivía computación informática todo el tiempo, y entrando en la revista empecé a relacionarme con empresas. Empecé a generar relacionamiento. Cuando cerró el Banco Alas empecé a trabajar vendiendo software. Fui Gerente General de Génesis Argentina, fui Gerente de GeneXus. Pero renuncié: lo mío era el Rock & Roll, el relacionamiento, la comunicación. Decidí renunciar sin nada y volví a hablar con Tomassino, y me dijo: “Sos un perro de presa. Vos andá y dale para adelante”. A todo esto, sin querer queriendo, ya me había hecho una gran red.

**CanalAR: ¿Cuál fue tu primer cliente?**

**Carlos:** En enero de 1994 me llamaron desde Xerox, que me conocían por la revista y por la Facultad. Estaban buscando a alguien de prensa, figura que aún no existía. Alguien que escriba gacetillas. Me postulé y quedé contratado part time. Ese año, sin celular, y viviendo en San Miguel, llegué a tener 15 clientes de los cuales 7 fueron en forma concurrente. entre ellos SCO, BTC, IBM, Startel, ComIn, CyT, y después empecé a hacer la prensa de los eventos Expo-Comm y COMDEX. No es que me dije “Voy a hacer una consultora de comunicación”. Yo entendía los términos técnicos, y faltaba un “módem”, alguien que transmita en forma sencilla lo complejo que era la tecnología, porque de los bits a los bytes los periodistas no tenían ni idea. Después vinieron Silicon Graphics, Oracle, Informix, Tivoli, Lotus, Novell, y 700 marcas en 30 años. Hay una frase que se le atribuye a Voltaire: “La suerte es lo que ocurre cuando la preparación se encuentra con la oportunidad”. Sin saberlo yo estaba preparado y era inquieto, entonces llegaron las oportunidades.

**CanalAR: Te relacionaste con personas clave.**

**Carlos:** Podría mencionar a Claudia Segovia, a quien conocí cuando lideraba Unisys y la admiraba por su calidez, generosidad y liderazgo. Años más tarde me tocó trabajar con ella. Eduardo Suárez Battán, quien además de ser uno de mis primeros clientes desde IBM se transformó en uno de mis mentores. Fueron para mí modelos. Trabajar con

Sebastián Gunningham en Oracle: un día en una reunión nos preguntó qué pensábamos, y le dije muchas cosas. Y las tomó. Fue uno de los clientes más lindos que tuve. Organicé viajes a Silicon Valley, y lo visitábamos a Larry Ellison. Trabajé con Eduardo Hojman en Lotus, con Silvina Seiguer, una eminencia de las comunicaciones en América Latina, y un montón de gente también más joven que hoy tienen sus consultoras o son líderes en organizaciones. Con Novell lo conocí a Eric Schmidt, y después me lo encontré nuevamente trabajando junto a Google... Al CEO de Netflix lo terminé llevando a comer a mi restaurante favorito. Teníamos una materia en la Facultad que era Sistemas de Mantenimiento Industrial, y básicamente eran los diagramas de flujo que había diseñado Carlos Pallotti con su empresa Computec. Cuando lo conocí (hoy es como un hermano de la vida para mí) era como encarnar un versículo de la Biblia. Computec fue Datastream y luego fue Infor. Hace 27 años que trabajamos con ellos. Google es cliente hace 18 años. Lanzamos Google en Argentina. Hoy somos un equipo de 150 personas en América Latina y la cantidad de gente que fue pasando por acá.

**CanalAR: Me estás contando cosas increíbles y seguimos en la prehistoria. Pero te sigo preguntando: en muy poco tiempo tuviste que organizarte. ¿Cómo pudiste gestionar este crecimiento ya como un empresario?**

**Carlos:** Siempre fue estar atento y aprender a hacer más cosas para retener clientes, porque la tecnología cambiaba las necesidades y no podía quedarme con el conocimiento que tenía. Es todo el tiempo incorporar conocimiento, hacer cosas. Arranqué haciendo prensa, presero con valor agregado, haciendo presentaciones, hacía magia... literal, tratando siempre de llegar a la gente. Pero después tuve mentores a los que presté atención. Un día ya no alcanzaba con mi cuit personal y llegaron mis primeros dos empleados, José María Lamorte y Paula Ruiz. Ese segundo año en vez de 15 tuvimos 30 clientes. La primera oficina fue de canje con la Asociación de Dirigentes de Sistemas y los primeros muebles los tuvimos cuando se mudó Lotus y me dio los viejos.

**CanalAR: ¿En algún momento te cansaste y dijiste “qué**

**carajo estoy haciendo”?**

**Carlos:** Nunca dije que esto no da para más, ni aún en los peores momentos de la economía, ni en el contexto de los problemas tan tremendos de nuestro país. Siempre tuve la fortuna de ser bien recibido, y una de las motivaciones que tenía era que cuando yo arranqué solito, no digo todos pero muchísimos me decían que no iba a poder. Y sí pude. Mientras trabajaba para Oracle me llamaron de Microsoft, porque iban a lanzar Windows 95. Imaginate, tenía muchas ganas de trabajar con Microsoft. En esa época no existía SQL Server. Entonces le comenté a Sebastián Gunningham que me quería contratar Microsoft, y si tenía algún problema de competencia. Entonces me dijo: “El mundo de la tecnología necesita que toda la gente lo conozca. El día que esto ocurra, ahí empezamos a hablar si hay o no rispideces”. No hay mucha gente que piense como él. Fue un tremendo ejemplo. Por eso, cuando hacemos el Día de Campo y un montón de actividades desde la agencia, es porque soy de armar ecosistemas, porque todos juntos podemos más que uno solo. Siempre presté atención a este tipo de cosas.

**CanalAR: En estos 30 años viviste grandes cambios de paradigmas, como la aparición de la PC, internet, las puntocom, las redes sociales, el streaming, la inteligencia artificial. Y tu equipo se mantuvo trabajando con las primeras marcas. De alguna manera, esa primera época de oportunidades se transformó en un modelo exitoso con continuidad.**

**Carlos:** Siempre digo que somos una consultora de comunicación, pero si tuviera que replantearlo, diría que somos una agencia de conversación. Porque del comunicado número tal a lo que hoy se entiende como *engagement* hay una enorme distancia. Pero es lo que hicimos siempre, y eso que hacemos para los clientes habla bien de nosotros. Porque que estemos vos y yo hablando hoy, después de tantos años, cosa que me honra, tiene que ver con la trayectoria y con la reputación. One shot lo pega cualquiera. Pero siempre digo: un punto es una acción, pero un montón de puntos que van en un mismo sentido van cambiando la trayectoria. Nosotros no somos protagonistas, acompañamos a los protagonistas. Eso también

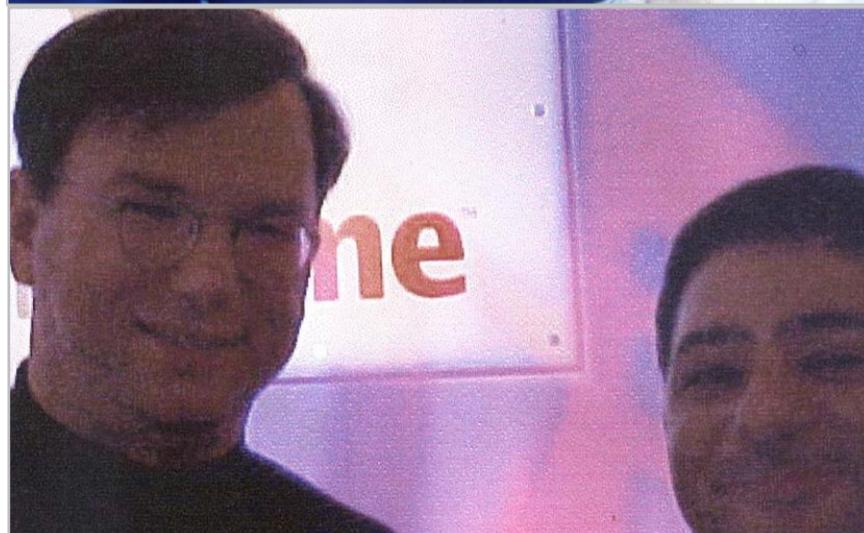
lo tengo en claro. Nosotros estamos detrás de bambalinas. Lo importante son nuestros clientes. A mi me tocó estar en la mesa en la que le pusimos Arnet a Arnet. Me tocó estar aprendiendo todo el tiempo, y esa agilidad nos permite adaptarnos. Una de mis frases cabecera es esta de Alvin Toffler: “Los analfabetos del siglo XXI serán aquellos que no puedan aprender, desaprender y reaprender”. Y la verdad es que después de 30 años nos ganamos el respeto, y bien merecido.

**CanalAR:** En un país que en muchos aspectos no te lo hace tan fácil...

**Carlos:** Obviamente que cuando vos tenés un montón de gente que está trabajando en tu organización, en un país que tienen la inestabilidad que tiene, te da miedo a veces... Porque tenés mucha responsabilidad en los hombros. No es una corporación internacional, hay una persona que está detrás, pero hay un equipo tremendo que tiene mucha responsabilidad y que hace propio el proyecto. Fuimos incorporando cosas, porque lo que hacemos hoy no es lo mismo que hacíamos hace 5 o 10 años. Hoy trabajamos con inteligencia artificial. Hoy tenemos áreas de diseño, de producción audiovisual, analistas, especialistas en marketing digital. Yo me dediqué mucho también a la docencia en la Universidad Siglo XXI, tenemos más de 7.000 graduados en los diplomados y certificados que dirigimos. Estoy en el Consejo de Relaciones Públicas, en la red ArgenTIna, en Interact... trabajar en comunidad para ayudar a que el ecosistema profesional de comunicaciones sea cada vez mejor.

**CanalAR:** Estoy intentando buscar palabras que den con esta filosofía tuya de trabajo, o con esta esencia que volcaste desde un primer momento...

**Carlos:** Comunicar, compartir y colaborar. Y si querés cooperar y co-petition. Estoy presidiendo la Comisión de Consultoras del Consejo de Relaciones Públicas, somos 50 empresas colegas que eventualmente competimos. Es más fácil ver la co-petencia que la competencia. A veces por ahí uno puede sentir celos profesionales, porque es tan vertiginoso todo que si no cambiás, no te quedas, te hundís. Hay que estar preparado para el cambio permanente, que es muy estresante y es muy exigente.



Arriba, Carlos Mazalán (el primero de la izquierda) en una reunión con Bill Gates. Al medio, discutiendo sobre software con Larry Ellison. Abajo con Eric Schmidt, cuando era CEO de Novell.

# Red Hat destacó las oportunidades del open source en la era de la IA

Bajo la consigna “Explore what’s next”, se llevó adelante en la Ciudad de Buenos Aires el Red Hat Summit: Connect 2024, el evento anual que reúne a clientes, socios de negocio y partners de Red Hat para presentar las principales tendencias del sector. En esta edición, el foco estuvo en los avances en torno al código abierto, con especial énfasis en IA, nube híbrida abierta y automatización, ofreciendo una visión sobre lo que ya está presente y lo que se proyecta para 2025.

Jorge Payró, Country Manager de Red Hat Argentina, destacó los pilares de la compañía: “Liderazgo, confianza, interoperabilidad, estabilidad y ecosistema. Somos conscientes de los desafíos, tecnologías y procesos que conlleva la transformación digital, pero también estamos convencidos de que la intersección del open source y la inteligencia artificial nos promete un futuro sin límites”.

El evento cubrió una amplia agenda que incluyó desde gestión de infraestructura y servicios de nube hasta modernización de aplicaciones, automatización de procesos, manejo de grandes volúmenes de datos y seguridad. Dos de los temas más relevantes fueron la IA y la nube híbrida abierta, claves en la visión estratégica de Red Hat.

Thiago Araki, director senior de tecnología de Red Hat para América Latina, explicó cómo el open source puede facilitar la adopción de la IA en las empresas: “Entrenar modelos de inteligencia artificial generativa solía requerir una gran inversión, pero en Red Hat propusimos una nueva manera: con modelos más pequeños, enfocados en lo esencial, y utilizando la nube y el edge para acercarse a los datos”. Para ello, mencionó soluciones como Red Hat Enterprise Linux AI y Red Hat OpenShift AI.

Victoria Martínez, Gerente de Desarrollo de Negocios de IA en Red Hat, agregó: “La IA está en todos lados y es crucial para automatizar y acelerar procesos, tanto para los usuarios como para las empresas. Trabajando en open source, de forma comunitaria y transparente, podemos tener control del proceso y ser testigos de lo que se está desarrollando”.



Jorge Payró, Country Manager de Red Hat Argentina, durante el Red Hat Summit: Connect 2024.

El Red Hat Summit: Connect 2024 contó con más de 200 asistentes virtuales y 300 presenciales. Esta fue parte de una serie de encuentros que ya pasaron por Lima y São Paulo, y que en los próximos días visitarán Santiago, Ciudad de México y Montevideo.

## Una edición local adaptada a las necesidades del mercado

“Para nosotros, hoy es una jornada muy especial. Esta edición local del Red Hat Summit está diseñada para responder a los desafíos específicos que enfrentan nuestros clientes y alian-



Victoria Martínez, Gerente de Desarrollo de Negocios de IA en Red Hat.

zas en Argentina, en línea con nuestro evento mundial que se celebra cada año en Estados Unidos”, explicó Payró. Este año, el evento mundial tuvo lugar en mayo, en Denver, Colorado. “El protagonista en esta edición es la IA Generativa”, agregó, destacando que esta tecnología, en combinación con el open source, abre oportunidades sin precedentes. “La intersección de este tipo de tecnología con el software de código abierto nos da una oportunidad ilimitada, especialmente cuando se basa en la arquitectura de nube híbrida que Red Hat promueve desde hace varios años”.

Payró también enfatizó la importancia de identificar las variables y los indicadores clave en conjunto con los clientes: “Es un desafío crítico identificar con nuestro ecosistema y clientes aquellas variables del negocio que generan valor único y diferencial, independientemente de la tecnología”. Además, destacó que cuando se trata de IA Generativa, no solo se deben considerar beneficios tradicionales como la reducción de costos o la agilidad, sino también tres vectores importantes: “La generación de ingresos más rápidos, el cumplimiento normativo y la gestión del riesgo, y los beneficios estratégicos”.

### IA abierta y estrategias de optimización de datos

Thiago Araki, Director Senior de Tecnología para América Latina, hizo hincapié en el creciente interés del mercado argentino por la inteligencia artificial, pero también señaló las dudas que existen sobre cómo implementarla de manera efectiva. “Percibimos un interés muy grande en el mercado argentino por la IA, pero también hay muchas dudas sobre cómo hacer el mejor uso de los datos. Cómo ejecutar la IA de una manera más económica, junto a los datos, sin necesidad de migrar todo a la nube”, explicó.

Ante estas dudas, Araki destacó que Red Hat ofrece soluciones que permiten a las empresas implementar inteligencia artificial de manera eficiente y rentable. “Nuestro enfoque de IA abierta se basa en un conjunto de modelos abiertos que los clientes pueden personalizar con sus propios datos. Esto no solo reduce los costos, sino que también facilita la ejecución de la IA sobre el modelo de negocio de



Jorge Payró, Country Manager de Red Hat Argentina.

manera más simple”, indicó Araki. En este sentido, presentó la solución Red Hat Enterprise Linux IA, un modelo base que los clientes pueden mejorar según sus necesidades.

Además, Araki destacó el papel de OpenShift IA, una solución que no solo ofrece la gestión de contenedores y máquinas virtuales, sino también una plataforma integral para la implementación de IA. “OpenShift IA entrega al mercado una solución que cubre la gestión de contenedores, la virtualización y la integración de IA, lo que permite a las empresas reducir costos y pensar a largo plazo”, explicó. Asimismo, mencionó los servicios de consultoría de Red Hat, que ayudan a los clientes a desarrollar estrategias personalizadas de IA y llevarlas a un entorno productivo más eficiente.



Thiago Araki, Director Senior de Tecnología para América Latina en Red Hat.

# Dell Technologies destacó su enfoque en IA durante Pulso IT



Parte del equipo de Dell Technologies, durante Pulso IT 2024

En el marco de la octava edición de Pulso IT, Dell Technologies presentó su visión estratégica para integrar la inteligencia artificial (IA) en la infraestructura y servicios tecnológicos que sustentan el futuro de las empresas.

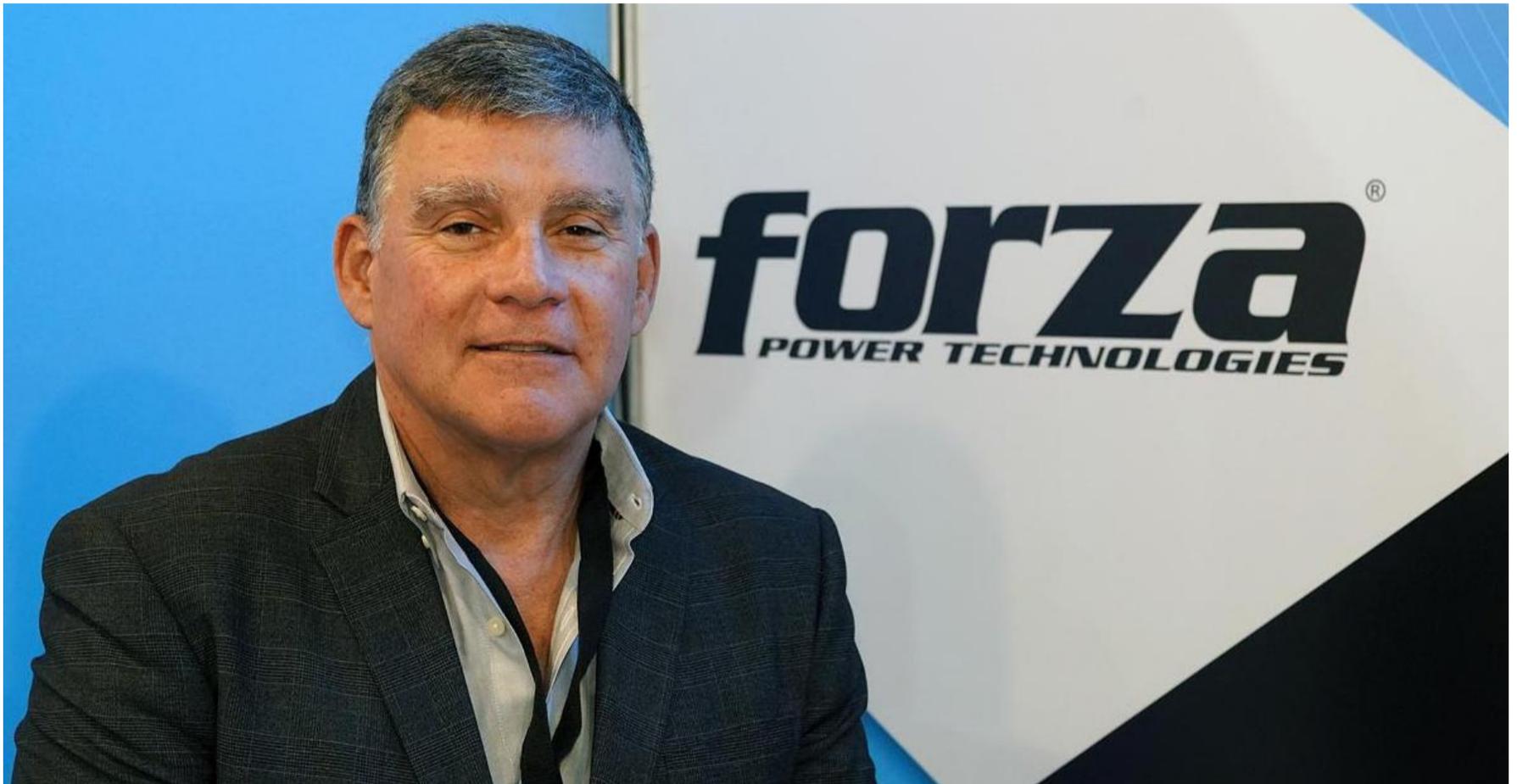
Durante la primera jornada, Estefanía Vivas, Category Manager Regional en Dell Technologies, y Sebastián Novoa, Gerente de Datos y Análisis de IDC, presentaron la charla “Innovación con IA: cómo la Inteligencia Artificial está redefiniendo la computación”. Vivas explicó cómo las crecientes demandas de procesamiento y análisis de datos han generado la necesidad de ordenadores equipados con unidades de procesamiento neuronal (NPU) diseñadas para tareas de IA.

“Dell está adaptando su portafolio para cubrir todas las necesidades, incluyendo procesadores avanzados para manejar mayores cargas de IA en el futuro”, afirmó Vivas, resaltando el papel pionero de Dell en la innovación.

La segunda jornada de Pulso IT presentó la charla “Dell Technologies - AI Factory - All in one place”, a cargo de Martín Bonaventura, especialista en Centros de Datos para Canales de América Latina. Bonaventura describió a Dell como una “fábrica de inteligencia artificial”, destacando que la compañía ofrece soluciones completas de infraestructura y servicios de IA. Además, subrayó la importancia de la consultoría para ayudar a los clientes a identificar casos de uso efectivos para sus proyectos, brindando un enfoque integral que combina tecnología y estrategia.

En el panel final, Darío Pariente, Director Senior para Distribución en Dell Technologies MCLA, y Felipe Montenegro, Head of Channel Storage for Latin America en Dell Technologies, analizaron la necesidad urgente de que las empresas se transformen y adopten la IA para manejar el crecimiento exponencial de datos. Ambos expertos resaltaron el nuevo rol de las compañías en este entorno, enfatizando que la infraestructura y el almacenamiento de datos son claves para capturar el valor de la inteligencia artificial.

# Forza Power Technologies: “La expectativa en Argentina siempre es grande”



Eduardo Pinillos, Regional Sales Director para Latam & Caribbean en Forza Power Technologies.

En el marco del evento Pulso IT, CanalAR tuvo la oportunidad de entrevistar a Eduardo Pinillos, Regional Sales Director para Latam & Caribbean en Forza Power Technologies, quien compartió sus perspectivas sobre el mercado argentino y los avances de la empresa en el país. “Realmente la expectativa en Argentina siempre es grande”, comentó Pinillos. “Argentina es un país que con o sin crisis, siempre genera una alta expectativa en el mercado, sobre todo en el mercado tecnológico”.

“Argentina además es un mercado que está muy desarrollado, no solo consume cosas pequeñas, de consumo masivo, sino también toda la parte tecnológica”. Según el directivo, Forza ha tomado en cuenta estas particularidades para personalizar su oferta: “Nuestros productos ya vienen customizados para el país, con los enchufes argentinos, y esto es un diferencial importante para nosotros”.

“En la parte Enterprise, que es toda la parte profesional,

seguimos desarrollando productos. Hemos lanzado UPSs trifásicos, hemos sacado tarjetas de red, tenemos nuestros PDUs que ya hemos lanzado en Argentina para completar nuestra oferta de Enterprise”. El balance de la compañía en este sector fue positivo: “Nuestra expectativa es seguir caminando, nuestros mayoristas están contentos, el producto es acertado y rota, así que el mercado lo consume”.

**- ¿Qué interés notaron de parte del canal durante Pulso It?**

-El canal acá es siempre interesante, siempre está buscando las cosas nuevas, cómo diferenciarse. En nuestra charla especial hablamos de ocho puntos clave de nuestra compañía, entre ellos se encuentra nuestra garantía, imbatible en el mercado. Además, hemos mostrado equipos de Forza que son únicos: nuestra unidad de 1 KVA para rack solo tiene 44 cm de profundidad y es online. Esa es una de las fortalezas que tenemos nosotros, el bagaje de productos que tenemos ayuda a que cada uno tenga un nicho de mercado y un producto que ofrecer.

# CX presentó sus novedades en Pulso IT y anunció dos nuevos productos

En el marco de la octava edición de Pulso IT, el evento que cada año reúne a los referentes de la industria IT en Argentina, CanalAR conversó con Maximiliano Peverini, Product Manager de CX en el mayorista Air Computers. Durante el encuentro, Peverini compartió sus impresiones sobre el evento, las novedades de CX y las expectativas para el mercado en 2025.

“Esta 8va edición de Pulso IT fue un éxito como todos los años. Los espacios de exposición de productos y servicios permitieron a los asistentes conocer las últimas novedades del mercado”, explicó. Además, resaltó la oportunidad de conectar con personas influyentes, revendedores y potenciales clientes, lo que generó “un ambiente propicio para el networking y la generación de nuevas oportunidades de negocio”.

La interacción directa con los asistentes fue uno de los puntos más valorados. “Las sensaciones son las mejores”, afirmó Peverini. El stand de CX se convirtió en un punto de encuentro para dialogar con colegas y canales. Para cerrar el primer día, CX organizó un after en el que representantes de marcas y asistentes compartieron en un ambiente distendido.

Por otra parte, la dinámica del stand de CX también incluyó actividades para los visitantes, como un juego de estilo Kahoot que mezclaba preguntas de conocimiento sobre CX, GameMax y Microsoft, generando un ambiente de aprendizaje lúdico que resultó muy atractivo para el público.

CX presentó una amplia variedad de productos, adaptándose a diversas necesidades y verticales. “Presentamos la PC Slim, la más elegida y la #1 en preferencia; la familia completa de notebooks, monitores en varios tamaños (de 19” a 32”) y el gran éxito de 2024, la Mini PC, siendo la más consultada y requerida” explicó Peverini. Además, CX mostró su línea de produc-



Stand de CX en PulsoIT 2024.

tos para gamers de la mano de GameMax.

Pero las novedades no se quedan allí. CX adelantó que para finales de 2024 estarán disponibles dos lanzamientos clave: una nueva All-In-One (AIO), desarrollada localmente, y la Tablet CX de 10 pulgadas en dos versiones (C10 y C10 Pro), un regreso de un producto muy solicitado por los canales.

De cara al 2025, CX mantiene una perspectiva optimista, impulsada por la colaboración con sus partners y canales de venta en todo el país. “Esperamos un 2025 con crecimiento, trabajando a la par con nuestros partners y canales, desarrollando oportunidades y tomando el compromiso de ofrecer variedad, confort y presencia nacional en nuestras líneas de productos”, aseguró Peverini.



Mini PC CX.

# Daniel Veas, de Micron: “Argentina renace como un mercado clave para la tecnología”

En el marco de la Expo Pulso IT, uno de los encuentros más importantes para el canal de distribución de tecnología en Argentina, Daniel Veas, Director Regional de Micron con sede en Chile, expresó su optimismo sobre el futuro del mercado IT argentino. Con este renovado interés, la compañía se prepara para un periodo de crecimiento, impulsado en gran parte por la reciente eliminación de aranceles y trabas burocráticas.

Esta es la segunda vez que Micron participa en Pulso IT, evento que Veas describe como un punto de conexión clave entre la marca y los distribuidores locales, especialmente en un momento de apertura del mercado. “El año pasado Argentina estuvo muy cerrada al negocio, con barreras arancelarias, impositivas y burocracias aduaneras que impedían que los productos llegaran al país”, explicó. Sin embargo, la situación ha cambiado radicalmente, con medidas que favorecen el flujo de tecnología y el acceso a productos importados a precios más competitivos.

Micron, conocido mundialmente por el desarrollo y fabricación de silicio y chips de memoria, ha ganado presencia en Argentina gracias a sus dos marcas principales: Micron y Crucial. Mientras que Micron está orientada a soluciones para servidores y el sector corporativo, Crucial se dirige al consumidor final con productos como SSD y memorias RAM, especialmente diseñados para computadoras de escritorio y laptops. Veas destacó la importancia de Argentina en la estrategia de Micron: “La liberación de aranceles va a permitir que nuestros productos, y todos los productos importados, tengan un valor final más bajo, lo que debería estimular el consumo”. Esta reducción de costos, indicó, beneficia a consumidores y empresas por igual, y podría llevar a un aumento en la demanda de tecnología de almacenamiento en el país.

Para maximizar su presencia y acercarse al mercado argentino, Micron ha reforzado su alianza con Elit, su distribuidor exclusivo en el país. Elit, según Veas, aporta a Micron una cobertura integral, incluyendo no solo las



Daniel Veas, Director Regional de Micron para el Cono Sur.

grandes ciudades, sino también el interior del país. Junto a este distribuidor, Micron está desarrollando diversas estrategias para fortalecer su relación con los revendedores locales, incluyendo visitas de campo, entrenamientos específicos y campañas promocionales diseñadas para apoyar sus ventas y operaciones. “Elit nos ofrece la cobertura que necesitamos a nivel regional”, comentó Veas, resaltando que el trabajo conjunto busca ir más allá de la distribución: el objetivo es capacitar al canal, brindar soporte técnico y crear vínculos que faciliten el cierre de negocios.

Con esta reactivación, Micron vislumbra un mercado en pleno crecimiento para el año 2025, con niveles de negocio comparables a los años anteriores a la pandemia. La reciente apertura comercial, dijo Veas, está posicionando a Argentina como un terreno de mayor competitividad en el sector de tecnología de almacenamiento, un cambio que podría traer nuevas oportunidades de negocio y expansión para la marca.

Pulso IT ha sido, en palabras de Veas, una experiencia “muy positiva” en términos de afluencia y respuesta del público. “Estamos muy contentos con esta feria, hay un flujo muy alto de personas”, concluyó, anticipando que Micron seguirá apostando por Argentina como uno de los mercados con mayor potencial de crecimiento en América Latina.

# Juan Corio es el nuevo Gerente de Ventas de OCRL

El mayorista IT argentino OCRL acaba de nombrar a Juan Corio como su nuevo Gerente de Ventas, cargo que promete ser crucial en la estrategia de crecimiento de la compañía para 2025. Con una sólida experiencia en el sector y una visión clara de las tendencias tecnológicas, Corio se encuentra liderando la transición y estableciendo los objetivos que marcarán el rumbo de la empresa en el año próximo.

— **Acabás de asumir el rol de Gerente de Ventas. ¿Cómo fue esta transición y qué desafíos te planteás en este nuevo cargo?**

— Por suerte, estamos haciendo una transición muy ordenada. Tengo el apoyo de toda la compañía y eso hace que todos colaboren para hacerlo de forma progresiva, estableciendo prioridades y objetivos a corto y largo plazo. Los desafíos son muchos. Principalmente, en esta etapa, trataremos de potenciar las áreas y establecer objetivos a corto plazo para terminar el año de la mejor manera.

— **¿Cuáles son los principales objetivos de OCRL para 2025? ¿Qué estrategias planean implementar para alcanzar estos objetivos?**

— Los principales objetivos para el 2025 son poder fortalecer aún más la relación con nuestros clientes en el rubro de seguridad y poder crecer en otras unidades de negocio como el networking y la industria de retail. Las estrategias que pensamos para lograr estos objetivos incluyen brindar un servicio de valor agregado a nuestros clientes, creando un grado de confianza absoluto que nos permita ofrecerles un servicio integral de soluciones. Con respecto al networking y retail, hemos incorporado a nuestro portafolio dos marcas como Huawei y Ruijie, lo cual nos permitirá, trabajando en conjunto, crecer en esos segmentos.

— **OCRL tiene una fuerte presencia en el mercado de IT. ¿Cómo planean mantener o mejorar su participación en un entorno cada vez más competitivo?**

— Siempre pensamos en mejorar. Como mencioné anteriormente, nuestro foco es dar cada vez un mejor



Juan Corio, nuevo Gerente de Ventas de OCRL.

servicio a nuestros clientes. Entre muchas cosas, buscamos tener un diferencial desde nuestro servicio de pre y postventa. Tenemos un excelente equipo técnico capacitado para dar un servicio profesional. Por otro lado, nuestro crecimiento constante en el portafolio de marcas y soluciones nos permite llegar a más clientes y lograr una mayor presencia en el mercado.

— **En tu opinión, ¿cuáles serán las tendencias tecnológicas más importantes que marcarán el sector en 2025 y cómo se prepara OCRL para capitalizarlas?**

— Pensamos que la principal tendencia para el 2025 será la incorporación de la inteligencia artificial en todas las tecnologías con las que estamos trabajando. Nos preparamos de la mejor manera, descubriendo un mundo nuevo y capacitándonos para aplicarlo en el servicio a nuestros clientes. Otra tendencia importante para 2025 es el crecimiento del IoT (internet de las cosas). El desarrollo de ciudades inteligentes es una realidad y sigue en pleno crecimiento. Lo podemos ver reflejado en sistemas de Paradas Seguras y tecnología para transporte público, donde estamos desarrollando proyectos muy importantes para el próximo año.

# Solution Box y Microsoft refuerzan su alianza y apuestan al crecimiento de NSX

En el marco de la octava edición de Pulso IT, el evento más destacado de la industria IT argentina, CanalAR conversó con Lía Serrano, Gerente de Marketing del mayorista Solution Box, y Jimena Purriños, Device Partner Solution Sales Manager de Microsoft para Argentina, Chile y Uruguay. Solution Box, referente en el mercado de distribución de tecnología, aprovechó el evento para presentar su línea de PCs NSX, marca que cuenta con el respaldo de Microsoft y viene equipada con Windows 11.

“Esta edición de Pulso IT tiene mucho color, gente con energía, con ganas de hacer negocios y de escuchar. Las marcas están apostando fuerte, acercándose al canal, y eso le da un valor agregado. Creo que las marcas ven el esfuerzo de cada mayorista, y por eso nos están apoyando”, señaló Lía.

La colaboración entre Solution Box y Microsoft se consolida en este evento, posicionando a ambas compañías como socios estratégicos. Según Jimena Purriños, la alianza es fundamental no solo por la distribución de licencias, sino porque cada equipo NSX de Solution Box incluye Windows 11: “Con Solution Box tenemos una alianza muy fuerte; son partners estratégicos como distribuidor de licencias y como fabricante de NSX. Todas sus máquinas están equipadas con Windows 11, y para nosotros es muy importante apoyarlos en eventos como Pulso IT. Este es el espacio para conectar con el mercado, y este año se percibe un ambiente muy optimista”, afirmó Jimena.

Según Lía Serrano NSX continúa expandiéndose y tiene planes ambiciosos para 2025. NSX prevé el lanzamiento de un nuevo portfolio de notebooks que incluirán Windows 11 y la integración de la tecnología Copilot, basada en inteligencia artificial. Además, la compañía apunta a consolidarse en el segmento gamer, un área en la que están incurriendo y buscan fortalecer su presencia.

“NSX está creciendo y en 2025 vamos a traer un nue-



Lía Serrano, Gerente de Marketing de Solution Box, y Jimena Purriños, Device Partner Solution Sales Manager de Microsoft.

vo portfolio de notebooks con Windows 11 y Copilot. Ya tenemos una presencia consolidada en PCs de oficina y seguimos apostando al segmento gamer, donde somos más nuevos y queremos destacar”, comentó Lía.

En un contexto de transición tecnológica, Microsoft se prepara para el fin del soporte a Windows 10 el 14 de octubre de 2025. Esto representa una oportunidad significativa para el sector corporativo, ya que se proyecta que millones de dispositivos no serán compatibles con Windows 11, generando la necesidad de renovación. Jimena Purriños destacó que en Argentina, 3,9 millones de dispositivos en el segmento SMB no podrán actualizarse debido a limitaciones de hardware, lo que crea un escenario ideal para renovar equipos y mejorar en seguridad e IA.

“Solo en dispositivos Pro, tenemos activos en Argentina 3,9 millones de equipos que no soportan el upgrade a Windows 11. Esto es una oportunidad tangible para que el canal asesore a sus clientes y les muestre las ventajas de actualizarse, incluyendo la seguridad y la preparación para IA que trae Windows 11”, concluyó Jimena.

# Netpoint destacó el potencial de las soluciones de retail en Pulso IT 2024

En el marco de Pulso IT 2024, Netpoint Argentina, líder en la distribución de soluciones para puntos de venta y captura automática de datos en el país, participó junto a 3nStar en una de las ediciones más activas del evento tecnológico en Costa Salguero.

Pablo Seltzer, CEO de Netpoint Argentina, resaltó que “la edición 2024 de Pulso IT superó las expectativas”, reflejando el creciente interés en soluciones que modernicen y optimicen la gestión en el retail. “Pulso IT fue un espacio para la exhibición y también una verdadera plataforma de networking donde se generaron oportunidades concretas de negocio. Los participantes valoraron especialmente la posibilidad de interactuar directamente con fabricantes y entender de primera mano las tendencias que están moldeando el futuro del retail”.

En su stand, la marca 3nStar captó la atención de los visitantes junto a Netpoint, al presentar el POS All-in-One PTE0120, una solución de punto de venta que destaca por su diseño compacto y su versatilidad para diferentes entornos de retail. “Esta línea de soluciones para retail generó gran interés, en particular, el POS All-in-One PTE0120 fue uno de los productos más comentados por su facilidad de integración en espacios reducidos y su amplia funcionalidad”, explicó Seltzer.

Además, la demostración en vivo del Microkiosko K21 fue otro de los puntos fuertes en el stand de Netpoint. Este dispositivo, con su sistema operativo dual Android/Windows y su capacidad de autogestión, facilita a los usuarios realizar múltiples tareas, desde consultas hasta la autogestión de servicios. “El Microkiosko K21 fue particularmente atractivo para distribuidores y resellers interesados en soluciones de autogestión, en un contexto donde la eficiencia operativa es cada vez más relevante”, agregó Seltzer.

El clima de negocios en Pulso IT 2024 fue claramente



Pablo Seltzer, CEO de Netpoint Argentina.

positivo, con gran parte de los vendedores, distribuidores y resellers centrados en soluciones de automatización y modernización para puntos de venta. “A pesar de los desafíos económicos, el sector demuestra dinamismo y una búsqueda constante de innovación. Las conversaciones giraron en torno a cómo las nuevas tecnologías pueden optimizar las operaciones y reducir costos en el retail”, comentó Seltzer.

El evento también incluyó workshops técnicos que fueron un éxito, llenando cada sesión. “La alta concurrencia en los workshops demuestra el interés del canal en mantenerse actualizado en tecnología. La integración de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial en soluciones de retail fue uno de los temas centrales”, apuntó Seltzer, quien destacó la importancia de estos espacios de capacitación y actualización para el crecimiento del canal IT.

# Líderes del canal se reunieron en Salta en el Nexsys Exclusive Summit 2024

Del 22 al 24 de octubre, Cafayate, Salta, fue sede del Nexsys Exclusive Summit, un evento clave en el calendario del sector IT que reunió a marcas líderes y destacados canales de Argentina y Paraguay. Organizado por Nexsys, uno de los mayoristas más importantes del sector, el evento contó con la participación de seis grandes marcas: Adobe, Lenovo, Red Hat, Microsoft, IBM y HPE, así como de 26 canales estratégicos, todos reunidos en el hotel boutique Grace Cafayate en los Valles Calchaquíes, un entorno ideal para fortalecer relaciones comerciales y explorar nuevas oportunidades.

Con cuatro ediciones a su haber, el Nexsys Exclusive Summit se ha consolidado como un espacio de networking exclusivo para CEOs, brand managers y líderes de canales, enfocado en el desarrollo de estrategias de branding, generación de demanda y fidelización de clientes. En esta edición, los asistentes disfrutaron de tres días de actividades diseñadas para fomentar el trabajo colaborativo y estrechar lazos en un ambiente amigable y de alto valor agregado.

Entre los representantes destacados de las marcas participantes estuvieron Daniel Savastano, Gerente de Distribución de HPE; Fernando Genovese, Director de Canales de IBM; Nelson Borello, Distributor Account Manager de Red Hat; Karenina Gallardo Salazar, Partner Technology Strategist en Microsoft; Wendy Campos, Channel Manager de Adobe; y Rodolfo Galizia, Distribution Account Manager en Lenovo. Su participación fue clave para presentar las novedades de cada marca y dialogar sobre las estrategias conjuntas con los principales socios de Nexsys.

La agenda del evento combinó actividades recreativas con sesiones de trabajo enfocadas en la innovación tecnológica y el desarrollo del negocio. Desde una excursión por la Quebrada de las Conchas hasta cenas y degustaciones en bodegas locales, los participantes tuvieron la



Nexsys Exclusive Summit 2024, en Salta.

oportunidad de compartir experiencias en un entorno relajado y natural.

El panel de marcas invitadas, realizado el miércoles 23, ofreció un espacio para que cada empresa presentara sus últimas soluciones y tendencias. La jornada cerró con una visita y cena en la bodega Viñas en Flor, ofreciendo una experiencia de networking única y fortaleciendo las conexiones entre los asistentes.

El Nexsys Exclusive Summit concluyó el jueves 24 con una excursión por Tafí del Valle, cerrando el evento con un almuerzo en la Estancia Las Carreras antes del regreso de los asistentes.



Charla con representantes de las marcas durante el Nexsys Exclusive Summit 2024.

# Skullcandy presentó en Pulso IT su nueva experiencia sensorial: el Crusher ANC 2



Cristina Gamboa, Responsable de Marketing de Skullcandy para América Latina, y Emiliano Castro, Product Manager de Skullcandy en el distribuidor Grupo Núcleo.

La marca de audio Skullcandy tuvo por primera vez una destacada participación en Pulso IT, evento que conecta a los principales actores del mercado IT en Argentina. En su stand, el público pudo experimentar de primera mano el rendimiento y las prestaciones de sus modelos, con un foco especial en el Crusher ANC 2, su última innovación en auriculares, que combina calidad de sonido, tecnología avanzada y comodidad ergonómica.

Cristina Gamboa, Responsable

de Marketing de Skullcandy para América Latina, y Emiliano Castro, Product Manager de Skullcandy en el distribuidor Grupo Núcleo, compartieron su entusiasmo sobre esta participación.

“Queríamos que nuestro stand brindara una experiencia directa con el producto, porque una cosa es verlo en el catálogo y otra muy distinta es sentirlo”. En esa línea, el stand de Skullcandy permitió a los asistentes probar el Crusher ANC 2, un modelo diseñado para quienes buscan una

experiencia de sonido inmersiva y personalizada, comentó Gamboa. Por su parte, Emiliano Castro destacó el impulso de Grupo Núcleo a esta línea de auriculares en el mercado regional. “Estamos presentando toda una gama de modelos, desde los de entrada hasta el Crusher ANC 2, un modelo tope de gama con tecnología patentada de Skullcandy. Este producto ofrece una verdadera explosión de graves y bajos, y estamos aprovechando Pulso IT para que los usuarios puedan vivir esta experiencia”, explicó Castro.

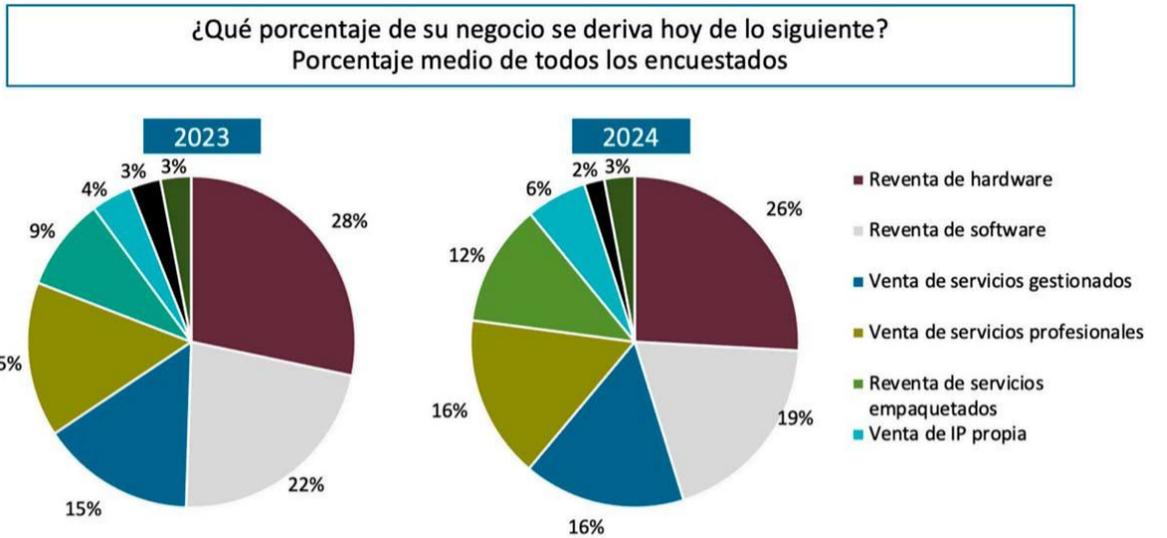
# Las cinco tendencias IT clave en la región, según TD SYNnex

TD SYNnex, el distribuidor global líder y agregador de soluciones para el ecosistema de TI, presentó su tercer informe anual *Direction of Technology Ecosystem*, enfocado en la región de Latinoamérica y el Caribe. El informe revela que, a medida que evoluciona el panorama tecnológico, las empresas planean invertir en una infraestructura tecnológica sólida, aprovechar tecnologías de alto crecimiento y trabajar en estrecha colaboración con socios expertos y confiables.

“El informe de este año evalúa no solo el desempeño y las perspectivas de los modelos de negocios actuales, sino también las expectativas de nuestros socios para 2024 y más allá”, comentó Otavio Lazarini, President Latin American and Caribbean de TD SYNnex. “Al amplificar sus voces, podemos alinear mejor nuestras estrategias y empoderarlos para un éxito sostenido en un panorama que cambia rápidamente. Este análisis integral refleja nuestro compromiso de fomentar relaciones sólidas y adaptarnos a las necesidades dinámicas del mercado”.

## Las cinco tendencias IT clave en la región, según TD SYNnex

**1. Los socios de Latinoamérica están muy optimistas acerca del crecimiento de los ingresos en 2024:** casi la mitad prevé un crecimiento de dos dígitos, una cifra similar a la de 2023. De todas las principales re-



giones del mundo, los socios latinoamericanos son los más optimistas sobre el crecimiento en 2024.

**2. Seguridad, almacenamiento, redes, servidores y nube híbrida son los productos más vendidos:** la seguridad es lo más importante para la generación de ingresos, pero la infraestructura también es clave, encabezada por la red. A diferencia de otras geografías, la IA/GenAI sigue siendo menos importante, según la mayoría de los socios latinos encuestados.

**3. La seguridad será la opción más común en los siguientes dos años, pero la IA/GenAI también cobrará importancia:** GenAI será la segunda solución tecnológica más ofrecida por los socios de Latinoamérica en los próximos 24 meses. La nube híbrida, los servidores y las redes también serán importantes para muchos socios en este tiempo.

**4. Los modelos de canal se trans-**

**forman lentamente, y la venta de hardware y software sigue siendo la más importante:** la proporción promedio de servicios gestionados y profesionales está aumentando lentamente, pero la mayoría de los socios dependen en gran medida del producto. Sin embargo, dentro de tres años, la gran mayoría espera que la proporción de servicios profesionales y gestionados aumente.

**5. La adopción de IA en Latinoamérica una innovación e integración:** su aplicación en los negocios está avanzando rápidamente en la región, aunque la venta de IA como producto independiente no es significativa. El 56 % de los encuestados no informó haber realizado acuerdos que involucraran IA en el último año, y más de un tercio indicó que la IA constituía menos del 20 % de sus transacciones. Sin embargo, en los próximos dos años, los socios prevén un aumento significativo en la venta de productos y soluciones relacionados con la IA.

# NOMBRAMIENTOS



**José Urbina**  
**Klip Xtreme**

La reconocida marca de tecnología, audio y accesorios, Klip Xtreme, anunció la designación de José Urbina como Territory Manager para la región del Cono Sur, que abarca Argentina, Chile y Uruguay. Este nombramiento forma parte de la estrategia de crecimiento y expansión de la empresa, con el objetivo de fortalecer su presencia en los mercados clave de la región.

Urbina, quien cuenta con más de siete años de experiencia en el sector tecnológico, expresó su gratitud por la confianza depositada en él y destacó que su misión será continuar el camino de crecimiento trazado por la compañía.

“Mi objetivo es fortalecer la presencia de Klip Xtreme y Xtech en mercados estratégicos, aprovechando las sinergias con nuestros socios comerciales y adaptándonos a las necesidades de cada territorio”, afirmó Urbina.

Entre sus principales metas se encuentran la expansión de la distribución de productos en Argentina, Paraguay, Uruguay y Chile, y el ingreso de Klip Xtreme en el segmento retail y de supermercados en Chile y Argentina.



**Jorge Fernando Bayá**  
**NAPSE**

Napse, empresa líder en el desarrollo de soluciones tecnológicas omnicanal y de comercio unificado para el sector retail, anunció el nombramiento de Jorge Fernando Bayá como su nuevo Director General para América Latina. Con una extensa trayectoria en la industria del software y más de tres décadas de experiencia, Bayá asume el liderazgo de la compañía con el objetivo de fortalecer su presencia en la región y continuar impulsando la transformación digital de sus clientes.

“Es un honor asumir el liderazgo de Napse en este momento tan dinámico para el retail”, expresó Bayá en su primera declaración pública tras el anuncio. “Nuestra prioridad seguirá siendo impulsar la transformación digital de nuestros clientes, y estoy convencido de que, con el talento de nuestro equipo y el compromiso con la excelencia, seguiremos marcando la diferencia en la industria”, añadió.

En su nuevo rol, Bayá estará enfocado principalmente en los mercados de México y Argentina, dos de los principales pilares de la estrategia de expansión internacional de Napse.



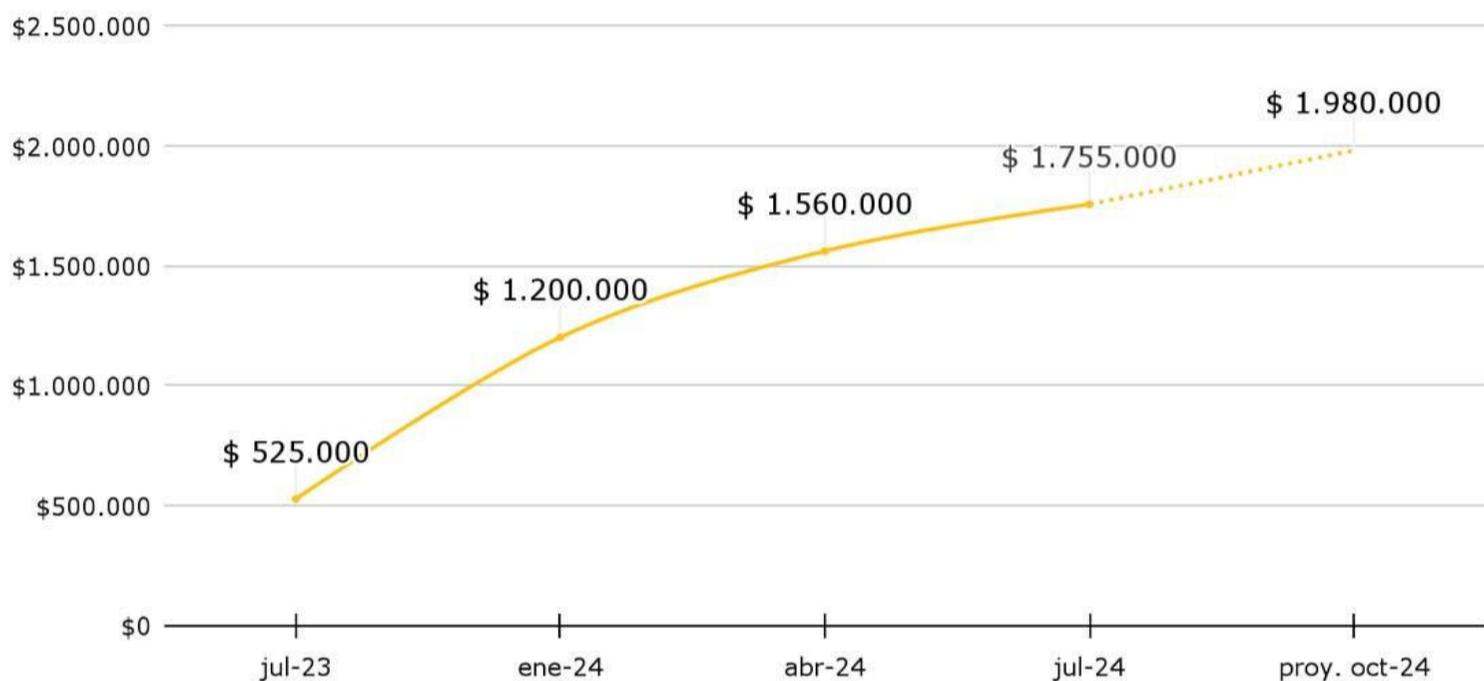
**Paula Antonelli**  
**GlobalLogic**

GlobalLogic, la empresa líder en ingeniería digital, anunció la incorporación de Paula Antonelli como Associate Vice President, People Development para la región de Latinoamérica. Con una trayectoria de más de 15 años en adquisición de talento, gestión de personas y desarrollo organizacional, Antonelli se posiciona como una de las principales referentes en el ámbito de los Recursos Humanos.

Nacida en Argentina y radicada en San Martín de los Andes, Neuquén, Antonelli ha demostrado su capacidad de liderazgo en distintos roles a lo largo de su carrera. Fundó y gestionó con éxito una firma de reclutamiento, la cual fue vendida a Kenexa, empresa que más tarde fue adquirida por IBM. En su más reciente cargo, Paula se desempeñó como Senior People Director en una empresa multinacional de e-commerce. Anteriormente, ocupó roles regionales en Latinoamérica, prestando servicios a clientes de industrias como petróleo y gas, agricultura y farmacéutica. Este amplio conocimiento multisectorial la convierte en una valiosa incorporación para una empresa que busca seguir creciendo y consolidándose en la región.

# Nuevo informe del OPSSI: “Estamos en un momento crucial para la industria del software local”

Evolución de los salarios brutos (mediana) en empresas de Software - julio 2023 a octubre 2024 (proyección)



Nuevos datos del Observatorio Permanente de la Industria de Software y Servicios Informáticos (OPSSI)

Según un nuevo informe del Observatorio Permanente de la Industria de Software y Servicios Informáticos (OPSSI), el primer semestre de 2024 vio la creación de aproximadamente 2.600 nuevos empleos formales en el sector, alcanzando un total de 156.800 puestos en todo el país. “Estamos en un momento crucial para la industria del software local”, afirmó Pablo Fiuza, presidente de la Cámara de la Industria Argentina del Software (CESSI) y CEO de QServices. “El crecimiento sostenido del empleo formal refleja un impacto positivo en la economía nacional. Tenemos una oportunidad única para consolidarnos como uno de los principales sectores generadores de empleo, fortaleciendo el concepto de federalismo gracias a la posibilidad del trabajo remoto, que permite diversificar el talento en distintas regiones del país”.

A nivel salarial, el sector continúa liderando en Argentina. La mediana salarial en julio de 2024 alcanzó los \$1.755.000, lo que representa un aumento del 12,8% respecto al segundo trimestre del año y un crecimiento interanual del 234%. Gustavo Guaragna, director del OPSSI de CESSI y CEO de Snoop

Consulting, señaló que “este incremento demuestra el valor que las empresas otorgan a los profesionales de tecnología, con salarios que superan en un 76% el promedio general, según el índice de remuneración RIPTE”.

Además, el informe refleja una tendencia a la baja en la rotación de personal. Para el primer semestre de 2024, la rotación alcanzó un 12,8%, proyectando regresar a niveles históricos, o incluso más bajos, hacia el final del año.

El sector del software también ha destacado en términos de exportaciones, con ingresos de USD 641 millones en el último trimestre, marcando un crecimiento del 19,8% en comparación con el trimestre anterior. Esta cifra representa el mayor valor desde fines de 2022 y contrasta con la caída de otros servicios. Este impulso refuerza el rol de la industria del software como una de las principales fuentes de exportación de servicios, con una proyección de crecimiento en ventas al exterior que espera superar el 37% en algunas empresas exportadoras hacia el cierre del año.

# Epidata realizó el primer DevSecOps Day en Argentina

Epidata, empresa pionera en outsourcing de innovación y desarrollo de software, con presencia en Latinoamérica, España y Estados Unidos, organizó junto a GitLab, Datadog y Appdome el evento DevSecOps Day, un encuentro que reunió a más de 100 profesionales de la industria tecnológica para explorar el futuro de la seguridad en el desarrollo de software.

El evento, realizado en el 725 Continental Hotel de Buenos Aires, ofreció una jornada completa dedicada a las mejores prácticas en la integración de seguridad dentro del ciclo de vida del desarrollo de software, con un enfoque en la inteligencia artificial (IA).

El evento congregó a líderes del sector como CIOs, CISOs, gerentes y especialistas en DevOps y Transformación Digital, quienes participaron en sesiones colaborativas y oportunidades de networking para debatir sobre la evolución hacia DevSecOps, un modelo que prioriza la seguridad desde el inicio del proceso de desarrollo de software.

Fernando Guerendiain, Business Delivery Manager de DevOps en Epidata, abrió la jornada destacando la importancia de incluir la seguridad en todas las etapas del ciclo de desarrollo. “Con la irrupción de la IA, la seguridad IT ha ganado un protagonismo crucial en los procesos de desarrollo de software y aplicaciones”, afirmó Guerendiain.



El equipo de GitLab presente en el evento junto a Adrián Anacleto, CEO de Epidata

Uno de los momentos más esperados fue la presentación de Ricardo Amarilla, Solutions Architect en GitLab, quien ofreció una demo de GitLab Duo, mostrando cómo la IA se puede integrar en todas las fases del ciclo de desarrollo, mejorando la colaboración entre equipos sin comprometer la seguridad. Amarilla subrayó que es posible cumplir con las políticas de seguridad corporativas sin sacrificar la productividad.

Por su parte, Carlos Paz Soldán, Head of Enterprise Integration en Epidata, abordó la relevancia de la observabilidad en la seguridad a lo largo del ciclo de vida de las aplicaciones, destacando las capacidades de Datadog. Lo acompañó Tales Casagrande, Security Sales Engineer de Datadog, quien en una demo en vivo de Datadog ASM mostró cómo las capas de seguridad están integradas en la plataforma, lo que permite una visión integral de trazas, métri-

cas y logs.

El foco en aplicaciones móviles fue otro de los temas destacados. Enrique Nuñez, VP of Sales Latam de Appdome, presentó los beneficios de integrar seguridad en el CI/CD (Integración Continua/Entrega Continua), destacando que el 90% del negocio digital pasa por aplicaciones móviles, lo que exige una protección avanzada de transacciones y datos.

El cierre del evento estuvo a cargo de Adrián Anacleto, CEO y fundador de Epidata, quien enfatizó la visión de la empresa en construir relaciones a largo plazo con sus clientes. “Con nosotros, se puede construir una relación que perdura”, afirmó Anacleto, destacando la expansión de Epidata en nueve países con más de 650 empleados, y una facturación en Argentina que representa el 50% de su negocio.

# easycommerce lanzó sus nuevos agentes de IA en Pulso IT

Durante la reciente edición del evento Pulso IT, Easycommerce, en colaboración con Snoop Consulting, presentó la versión 3.0 de su plataforma con dos importantes incorporaciones: los agentes inteligentes easyAgent Customer Support y easyAgent Sales Assistance, diseñados para transformar la experiencia en la gestión de ventas y atención al cliente.

CanalAR habló con Diego Berardo, CEO y cofundador de easycommerce, quien destacó el lanzamiento y detalló las nuevas funcionalidades de esta plataforma. “Lo que estamos presentando es la versión 3.0 de Easycommerce, donde integramos varias novedades. Entre ellas, generamos un sistema de imágenes con IA generativa para ayudar a los clientes a sumar contenido visual en sus catálogos. Además, introducimos opciones de live shopping, y hoy estamos lanzando, junto con Snoop Consulting y utilizando tecnologías como Microsoft Copilot y Freshworks, dos agentes de IA especializados: easyAgent Customer Support y easyAgent Sales Assistance”.

Berardo explicó que ambos agentes funcionan como soluciones multicanal, lo cual permite a los clientes acceder a ellos desde distintos dispositivos y aplicaciones, incluyendo la web, WhatsApp y redes sociales. “EasyAgent Customer Support está orientado a mejorar la experiencia de atención al cliente. Este bot puede brindar respuestas automatizadas sobre estados de pedidos, disponibilidad de productos, cambios de precios, y otras consultas habituales, tanto en mercados B2B como B2C. Si el cliente necesita asistencia adicional, el agente puede escalar la conversación a un humano”.

Por otra parte, “EasyAgent Sales Assistance es una herramienta diseñada para facilitar un diálogo en profundidad con el cliente. Actúa como un vendedor automatizado al



Diego Berardo, CEO y cofundador de easycommerce.

que el usuario puede hacerle preguntas específicas sobre un producto, incluyendo compatibilidades o detalles que no se encuentran en el catálogo. Esto es ideal para empresas como Computec, que comercializa tecnología y ya permite a sus clientes interactuar con este agente para resolver dudas técnicas”, agregó Berardo.

Easycommerce, que cuenta con una estructura internacional con oficinas en Argentina y España, se ha posicionado en el mercado de plataformas e-commerce como una solución All in One, enfocada en ofrecer un backend único para gestionar múltiples canales de ventas, con integración a más de 100 sistemas ERP, plataformas de pago, y logística. “Buscamos diferenciarnos con un enfoque multicanal y funcionalidades que soporten tanto el mercado B2B como B2C, además de los modelos mixtos”, explicó Diego.

Con esta nueva versión y los agentes de IA lanzados en Pulso IT, Easycommerce muestra su intención de ser un aliado clave en la digitalización y automatización del comercio electrónico.

# Nueva norma de innovación ISO 56001



Escribe

**Alan Zettelmann**

Consultor en Innovación

Durante la semana pasada pude participar de un evento histórico que consolidó a América Latina con un lugar destacado en el escenario global de la innovación. Se trató del lanzamiento oficial de la tan esperada norma de gestión de la innovación ISO 56001 que tuvo lugar en Perú y que estuvo organizado por la Universidad del Pacífico. Este nuevo estándar global está destinado a revolucionar la forma en que las empresas gestionan y escalan la innovación, estableciéndose como un componente vital de la competitividad y la sostenibilidad en el panorama empresarial moderno.

En el evento pudimos presenciar intensas deliberaciones por parte del Comité Mundial de la ISO y de 58 expertos en innovación de más de 36 países presentes. Ninguna dejó de remarcar el papel crucial de la gestión de la innovación en la configuración del futuro de los negocios globales, la cuál tiene que dejar de ser un esfuerzo ad-hoc para convertirse en un imperativo estratégico. El ISO 56001 nos está ofreciendo un marco integral para gestionar, medir y mejorar los procesos de innovación con precisión, haciéndolo tan integral para las operaciones empresariales como lo

son el ISO 9001 de gestión de calidad y el ISO 14001 de gestión ambiental.

La digitalización es la principal causa por la que más del 50% de las empresas del S&P 500 han desaparecido desde el año 2000 hasta ahora. Si las empresas no se adaptan al cambio se estima que el 40% van a desaparecer en los próximos 10 años. La pregunta es: ¿cómo medimos si se están adaptando o no? ¿Qué están haciendo los CEO's para evitar que sus empresas desaparezcan en 5 años? La buena noticia es que las estadísticas nos dicen que las empresas con una estrategia cohesiva -coherente- que pueda alinear las aspiraciones con la ejecución tienden a crecer un 10% más rápido y a obtener un 22% de mejores resultados que sus competidores. La innovación debe ser parte del ADN corporativo y las empresas pueden incorporarla a través de la gestión avanzada de la innovación y la IA. Aquí me gustaría introducir el concepto de "Cociente de Innovación" (INNOVATION IQ), que implica que la innovación debe integrarse profundamente en la estrategia corporativa y no ser solo un requisito de cumplimiento con las normas ISO. Además, el consejo de dirección tiene que contar con una métrica -1 SCORE- para medir la única variable con la que se puede ver el futuro de un área, empresa e industria.

La innovación comienza y termina con la cultura y en este punto quiero destacar el rol de los líderes. Si las organizaciones quieren jugar en la Champions League tienen que tener excelentes jugadores de fútbol y no muy buenos jugadores de tenis. Con esto quiero decir que esta-

mos en la era digital, de la información, del dato y de la IA. Sea cual sea la industria, los líderes deben comprender que para no bloquear el potencial de su organización hay que liderar estos temas o dar un paso al costado. Quienes tenemos la responsabilidad de conducir equipos, tenemos que redoblar nuestros esfuerzos para lograr que las personas involucradas en los procesos de innovación adquieran un mindset disruptivo y creativo. Debemos inspirarlos, capacitarlos, ayudarlos a motivar su curiosidad y creatividad y propiciar entornos donde la colaboración, el riesgo calculado y la experimentación sean parte del día a día. Tenemos que darles el espacio para que comiencen a pensar de modo diferente con seguridad para que equivocarse no sea visto como un fracaso sino como parte del proceso y una oportunidad para aprender. No se trata solo de tener "ideas locas", sino de dar espacio para que esas ideas se desarrollen sin miedo a equivocarse. Se trata de tener un proceso y una cultura para probar muchas ideas.

A medida que nos acercamos al 2030, la ISO 56001 está destinada a convertirse en el estándar de oro para la gestión de la innovación, estimando 250.000 empresas certificadas para 2032 y ofreciendo una herramienta crítica para navegar los desafíos de la era digital. Las organizaciones que la adopten estarán mejor equipadas para gestionar la innovación de manera sistemática, mejorar la toma de decisiones y asegurar una ventaja competitiva. El futuro de la innovación es estructurado, medible y escalable y el estándar que aporta el ISO 56001 es la clave para desbloquearlo.

# El Gobierno y Argencon lanzaron Argentina Delivers para potenciar los Centros de Servicios Globales



El Gobierno Nacional, en colaboración con Argencon, presentó oficialmente Argentina Delivers: High Quality Services, una nueva iniciativa destinada a fortalecer y promover la presencia de los Centros de Servicios Globales (CSG) en el país. Este programa busca ofrecer soluciones de alta calidad al integrar el conocimiento y las capacidades locales con las cadenas de valor de empresas internacionales.

Durante el lanzamiento, el secretario de la Pequeña y Mediana Empresa, Emprendedores y Economía del Conocimiento, Marcos Ayerra, destacó que la iniciativa tiene como objetivo incrementar la presencia y expansión de los CSG en Argentina. “No solo queremos fortalecer los centros ya operativos, sino también atraer nuevos, tanto de multinacionales que ya tienen actividad local como de compañías que aún no están en el país. Esto será posible gracias al apoyo de nuestras embajadas en el exterior”, afirmó Ayerra.

La estrategia del Gobierno se enmarca en el objetivo de consolidar a Argentina como un destino atractivo para operaciones de CSG. Estos centros no solo impulsan el crecimiento económico y la creación de empleo, sino que también fomentan la exportación de servicios de alto valor agregado. En 2023, las exportaciones nacionales de servi-

cios profesionales alcanzaron la cifra de 4.800 millones de dólares.

El sector de servicios profesionales argentino genera actualmente alrededor de 60.000 empleos y ha atraído a más de 50 Centros de Servicios Globales de multinacionales de primer nivel, abarcando sectores tan diversos como la gestión de recursos humanos, contabilidad, asesoría legal, finanzas, inteligencia artificial, blockchain, computación en la nube, ciberseguridad y desarrollo de aplicaciones, entre otros.

Argentina Delivers es impulsada por la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa, Emprendedores y Economía del Conocimiento del Ministerio de Economía, y la Secretaría de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. El evento de lanzamiento también contó con la participación de representantes de empresas con presencia en el país. Verónica Asla, Líder de EY GDS para América Latina, Adriana Morteo, Líder del Centro de Servicios de Accenture Argentina, Clara Mendiberri, Managing Director de J.P. Morgan, y Agustina Alonso, Líder del Centro de Servicios de Cargill Argentina, resaltaron la importancia de la iniciativa para el futuro de sus operaciones en el país.

# Nace TECweek, la Semana de las Tecnologías Emergentes en la Ciudad de Buenos Aires

La Ciudad de Buenos Aires anunció la realización de la TECweek, un evento innovador que tiene como objetivo posicionar a la capital como epicentro de las tecnologías emergentes y la creatividad en América Latina. La semana, que se llevará a cabo entre el 23 de octubre y el 2 de noviembre, reunirá a líderes y empresas del sector para discutir y promover el desarrollo de la Industria del Conocimiento.

Durante el anuncio en el Parque de Innovación, el Jefe de Gobierno de la Ciudad, Jorge Macri, enfatizó el papel estratégico que la Ciudad busca jugar en el escenario regional y global: “Vamos a transformar a Buenos Aires en un laboratorio de ideas. Apostamos al talento para consolidar a la Ciudad como la capital regional de la innovación y la tecnología, atrayendo inversiones y generando más empleos”.

Junto a Macri, el reconocido empresario Mario Pergolini y 17 representantes de importantes empresas tecnológicas participaron del evento de presentación, que también reunió a más de 120 invitados, incluidos periodistas especializados, influencers, startups, patrocinadores y funcionarios locales.

Con más de 15 mil empresas tecnológicas que emplean a 260 mil personas, Buenos Aires ya se ha consolidado como un centro de desarrollo en tecnología. Según Macri, estas empresas representan “nuestro litio”, destacando la importancia de los emprendedores privados y el rol clave de la colaboración entre el sector público y privado. “Articulando lo público y lo privado es que tiramos todos juntos para el mismo lado”, subrayó el Jefe de Gobierno.

La Semana de las Tecnologías Emergentes y Creativas promete reunir a las mentes más creativas y las tecnologías más avanzadas, con un enfoque en áreas como la tecnología financiera, el blockchain, la inteligencia artificial y el desarrollo de videojuegos. Las actividades compartirán un mismo objetivo: mirar hacia el futuro.



Mario Pergolini y Jorge Macri, durante la presentación de TECweek.

“Queremos seguir desafiándonos, emprender, capacitar y compartir, abrir la tecnología para que todos comprendan lo que hay por delante”, comentó Macri, aludiendo a la importancia del crecimiento tecnológico como una herramienta clave para liderar un desarrollo sostenido en Argentina.

Entre los eventos organizados por el Gobierno de la Ciudad se destacan Líderes en la Era Digital, Campus Party, Futuros Hackers, Innova Tour, Festival TecweekED y el Summit BA Gaming. El evento central será la Noche de la Innovación, de entrada libre y gratuita, en el Parque de Innovación. Entre los eventos privados se encuentran la Exposición de Videojuegos Argentina (EVA), el Tent Creator Summit, la Feria Virtuality, el BAMV (que combina música y audiovisual), el Social Media Day, el Foro Argentino de Inversiones, el Argentina Fintech Forum, la SAIA Conf (organizada por la Sociedad Argentina de Inteligencia Artificial), el BID LAB y la LABITCONF (Conferencia Latinoamericana de Bitcoin & Blockchain).

En la presentación, Mario Pergolini destacó: “Tenemos una gran oportunidad para desarrollar la industria del conocimiento. La idea es juntar en pocos días estos grandes eventos, porque en distintas áreas hay gente haciendo cosas increíbles que inspiran a muchísimos jóvenes. De este país están saliendo grandes empresas”.

# Argentina lidera el Índice de Innovación Tecnológica en la región, según el ITBA

El Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), a través de su Hub de Innovación, ha lanzado el Índice de Innovación Regional en Tecnología, que mide el impacto de la tecnología en la calidad de vida en los cuatro países más poblados de América Latina: Argentina, Brasil, México y Colombia.

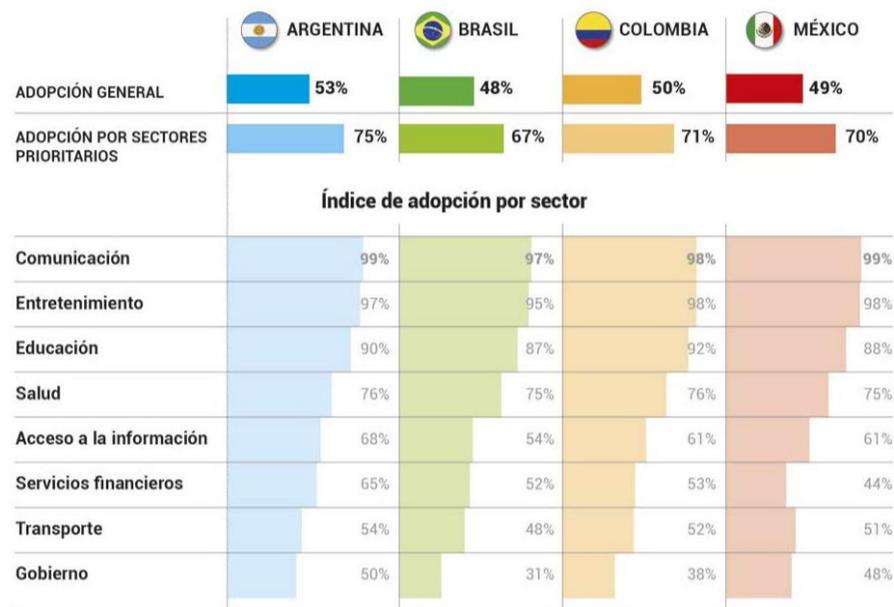
Este índice tiene como objetivo analizar la adopción de herramientas tecnológicas en áreas como la comunicación, la educación, la salud, el entretenimiento y el consumo.

Argentina lidera el ranking con un índice de adopción tecnológica del 53%, seguido de cerca por Colombia (50%), México (49%) y Brasil (48%). El estudio destaca que el 84% de la población de la región reconoce un impacto positivo de la tecnología en su vida diaria, especialmente en la comunicación, donde WhatsApp es la aplicación más utilizada.

“En el primer índice nos propusimos medir la adopción de tecnología en el país para brindarle información a todos los actores clave en el ecosistema de innovación. Este año dimos un paso más, sumamos la comparación entre los principales países de la región para destacar las oportunidades tecnológicas disponibles que pueden mejorar la calidad de vida de las personas”, resaltó Sebastián Mur, Vicerrector del ITBA y Decano de la Escuela de Innovación.

Entre los hallazgos, las tecnologías de comunicación son las más ampliamente adoptadas y valoradas, con un 98% de uso, mientras que sectores como empleo, seguridad y trámites gubernamentales muestran menor adopción y constituyen áreas clave para el desarrollo tecnológico.

## PAÍSES QUE CONFORMAN EL ÍNDICE



A nivel regional, los resultados también subrayan la falta de accesibilidad en áreas como servicios financieros, productividad y tecnologías para el hogar, lo que presenta oportunidades de mejora.

El ITBA señala que el Índice busca proporcionar información valiosa para la toma de decisiones en políticas públicas y fomentar el desarrollo de nuevas aplicaciones y herramientas tecnológicas, con el objetivo de seguir mejorando la calidad de vida en la región.



Sebastián Mur, Vicerrector del ITBA y Decano de la Escuela de Innovación.

# Tendencias en educación para 2025: IA, microaprendizaje y la evolución de las habilidades



Escribe

**Nahuel Lema**

Co-fundador de Coderhouse

La IA se encuentra en cada aspecto de nuestra vida, y es imposible pensar en el futuro de la educación sin tenerla en cuenta. A medida que avanzamos hacia 2025, la IA transforma la formación y el desarrollo profesional de maneras revolucionarias. Entre las tendencias emergentes se destacan la personalización del aprendizaje y la neuroeducación, conceptos que buscan adaptar el contenido y los métodos educativos a los estilos de aprendizaje individuales. Hoy, una clase puede ajustarse a nuestras preferencias personales: desde ejemplos que se relacionan con nuestras experiencias hasta formatos escritos o hablados que faciliten la comprensión.

Otra tendencia clave es el microaprendizaje o "tiktokenización". En un mundo donde el tiempo y la atención son limitados, este formato permite acceder a información en dosis pequeñas, fáciles de digerir y que pueden integrarse en el día a día. Este tipo de aprendizaje continuo puede presentarse en audio, video, infografías y más, haciendo el aprendizaje accesible y efectivo. Al final del día, se trata de

obtener conocimientos de manera rápida y precisa para enfrentar los desafíos laborales.

Sin embargo, la IA es solo una herramienta, y en un mundo laboral que redefine roles constantemente, las habilidades blandas están recobrando protagonismo. Según el informe "Futuro del Trabajo" realizado por The World Economic Forum, el liderazgo, la negociación y la comunicación serán aún más esenciales en el 2025. El desarrollo de estas habilidades permitirá que los profesionales se mantengan competitivos y conectados en sus campos, ocupando un lugar clave en la cadena de valor.

La personalización del aprendizaje no es solo una tendencia; es una expectativa que crece. Gracias a la tecnología y la posibilidad de acceder a educación en línea desde cualquier lugar, los programas formativos pueden adaptarse a los horarios y necesidades de cada persona. Hoy en día, plataformas como Coderhouse ofrecen cursos flexibles que combinan clases sincrónicas en vivo con material que cada estudiante puede consumir a su propio ritmo. Esta modalidad híbrida hace que el aprendizaje sea accesible y efectivo, manteniendo la esencia de la interacción humana, que sigue siendo un componente esencial en cualquier experiencia educativa.

Sin embargo, el auge de la formación en línea no significa que se descarten las experiencias presenciales. A medida que las empresas experimentan con

distintos modelos de trabajo también hay una demanda creciente por capacitaciones cara a cara, ya que permiten una interacción más directa y cercana. Este aprendizaje sigue siendo relevante para muchos profesionales que valoran la conexión.

El próximo año presenta grandes retos para quienes trabajan en entornos digitales. Con la expansión de la IA, las habilidades relacionadas con el análisis y la gestión de datos estarán en el centro de la demanda. A su vez, habilidades en programación, diseño y marketing serán cruciales para responder a las necesidades de un mercado cada vez más basado en datos. Empresas y profesionales se verán impulsados a actualizarse, buscando talentos capaces de aprovechar la tecnología al máximo. El modelo FLEX que ofrecemos combina un encuentro sincrónico en vivo por semana con material diseñado y curado para que cada estudiante avance a su propio ritmo. Este modelo responde a la demanda de flexibilidad en un mundo en el que el aprendizaje debe adaptarse al estilo y disponibilidad de cada persona.

2025 será un año desafiante y lleno de oportunidades para quienes están dispuestos a innovar y adquirir nuevas competencias. Las tendencias apuntan a un modelo educativo más personalizado y accesible, en el que la tecnología facilita el aprendizaje, pero en el que la conexión humana y las habilidades personales siguen siendo esenciales para un desarrollo profesional exitoso.

# Se realizó el Social Media Day Buenos Aires, en el marco de la Tecweek



En el marco de Tecweek, una iniciativa promovida por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para fortalecer las industrias creativas y tecnológicas, se celebró la segunda edición del año del Social Media Day Buenos Aires. Los participantes discutieron temas clave como la estrategia de contenidos en redes sociales, la aplicación de la IA en marketing y negocios, y casos de éxito en campañas de innovación digital. Federico Ambrosetti, Subsecretario de Comunicación Digital de la Ciudad, inauguró el evento: “La tecnología es una herramienta de transformación de la vida de las personas, y el talento en la industria es fundamental para que esto suceda”.

Adriana Bustamante y Diego Piscitelli, organizadores del evento, destacaron la relevancia de ofrecer este “bonus track” del Social Media Day en colaboración con Tecweek. La programación incluyó paneles sobre el impacto de la IA y mesas de debate sobre la innovación en los medios digitales. Entre los momentos sobresalientes estuvo la presentación de María Sol Brero y Sofía Cursach de VML, quienes abordaron los beneficios de la IA en campañas de marketing, como el caso de ASDRA que buscaba visibilizar a las personas con Síndrome de Down en la agenda política de 2023.

Otro de los puntos álgidos de la jornada fue la intervención de Silvina Seiguer y Marcelo Romeo, quienes, en representación de Kimberly-Clark Latinoamérica y Newsan respectivamente, compartieron campañas innovadoras como “Motosierra y Licuadora” de Philco, y “Se me escapó un chorrito” de Plenitud, ambas orientadas a temas coyunturales. Los expositores resumieron en seis claves las prácticas de comunicación actuales: construir sobre insights sociales, elegir quién cuenta la historia, tomar posición, aplicar el factor sorpresa, ser multidireccionales y generar contenido relevante.

El evento también contó con la participación de expertos como María José Ezquerro de IAB Argentina y Santiago Olivera de la Academia Argentina de la Publicidad, quienes debatieron sobre la importancia de los talentos y la relevancia de las marcas en la vida cotidiana. Fernando Arango de Arcos Dorados presentó el caso de “McDonald’s vio en mí”, un plan de comunicación integral para consolidar la marca como un referente empleador. La tarde estuvo marcada por el panel “Tendencias y desafíos en la era de la Inteligencia Artificial”, moderado por Adriana Bustamante, donde se analizaron herramientas de IA y su utilidad para negocios y la vida cotidiana.

# Alianza histórica entre Intel y AMD para impulsar la arquitectura x86



En un movimiento sin precedentes, Intel y AMD han decidido colaborar para formar el Grupo Asesor del Ecosistema x86, que reunirá a los líderes tecnológicos con el objetivo de fortalecer y revitalizar la arquitectura x86. Este grupo se centrará en fomentar la compatibilidad entre plataformas, simplificar el desarrollo de software y ofrecer a los desarrolladores nuevas herramientas para crear soluciones más escalables e innovadoras. Esta sorprendente alianza, anunciada en conjunto por Pat Gelsinger, CEO de Intel, y Lisa Su, CEO de AMD, representa un hito en la historia de estas compañías, que han sido rivales durante más de cuatro décadas. A pesar de su competencia, ambas empresas reconocen la importancia de la arquitectura x86, que ha sido la columna vertebral de la computación moderna y continúa siendo esencial en centros de datos, PCs, y dispositivos en la nube.

El sector tecnológico enfrenta actualmente desafíos sin precedentes con la irrupción de la IA, la personalización de chipsets y el desarrollo de arquitecturas avanzadas. Frente a este panorama, Intel y AMD han decidido unir

fuerzas para asegurar que la arquitectura x86 siga siendo la plataforma de elección para desarrolladores y clientes, adaptándose a las demandas del mercado.

“Estamos en un punto de inflexión en la historia de la computación”, comentó Gelsinger. “La arquitectura x86 está lista para experimentar uno de los cambios más significativos en décadas, y esta colaboración con AMD marca un paso crucial para garantizar que x86 siga evolucionando y ofreciendo el rendimiento que la industria necesita”.

Por su parte, Lisa Su destacó: “Esta iniciativa garantizará que x86 siga siendo una plataforma estandarizada y bien definida, beneficiando tanto a los desarrolladores como a los clientes. La interoperabilidad y la consistencia son fundamentales en un mercado tan dinámico como el actual”.

El Grupo Asesor del Ecosistema x86 cuenta también con el apoyo de importantes compañías tecnológicas como Google, Microsoft, Dell y Lenovo.

# YPF anunció una alianza con Schneider Electric para que sus estaciones sean sostenibles

En un ambicioso paso hacia la sustentabilidad, Schneider Electric y YPF acaban de anunciar una alianza estratégica para transformar la infraestructura energética de las estaciones de servicio en Argentina. El acuerdo, que refuerza el compromiso de ambas compañías con la eficiencia energética y la sostenibilidad, establece un nuevo estándar en la industria al integrar tecnología avanzada y prácticas amigables con el medio ambiente en el proyecto “Estaciones del Futuro”, de YPF.

Con este acuerdo, Schneider Electric se convierte en el proveedor de soluciones clave para las nuevas estaciones de servicio, implementando un sistema que actúa como “el cerebro y el corazón” de cada instalación. A través de su tecnología, busca reducir la huella ambiental y mejorar la eficiencia energética, creando un entorno de consumo inteligente y sostenible. La iniciativa tuvo su primera aplicación en 2020, en la estación ubicada en Luján de Cuyo, Mendoza, y desde entonces ha expandido el modelo a estaciones de servicio en Buenos Aires y en Capital Federal, destacando especialmente la estación en Echeverría y avenida Figueroa Alcorta, que ha sido premiada como la “Convenience Store of the Year LATAM” por la National Association of Convenience Stores (NACS).

Schneider Electric ha integrado soluciones de última generación como EcoStruxure Building Operation, Power Monitoring Expert y Spacelogic ASB, que permiten monitorear y controlar el consumo energético, la ventilación, y la iluminación de cada sitio de manera centralizada. Esta infraestructura inteligente puede reducir el consumo energético en hasta un 30% y optimizar el rendimiento ambiental, aprovechando la certificación Green Premium™ para maximizar el ahorro y la sostenibilidad de cada estación.

“La disrupción digital es el motor de la eficiencia y la sostenibilidad. Nos permite ser mucho más inteligentes en cómo usamos la energía eléctrica en casa, en el trabajo, en los procesos industriales y en la movilidad”, comentó



Marcela Romero, CEO de Schneider Electric para Argentina, Paraguay y Uruguay. Romero subrayó el impacto positivo que esta alianza puede tener, no solo en los clientes de YPF, sino también en las comunidades que rodean a las estaciones de servicio. “Esta alianza con YPF representa un hito significativo de cara a ese propósito”.

La implementación del sistema fue desarrollada en colaboración con MAGNANI Soluciones Eléctricas Sustentables, empresa con décadas de experiencia en el sector de soluciones eléctricas y reconocida por su enfoque en eficiencia energética y sustentabilidad. Con MAGNANI como implementador, el proyecto suma un respaldo importante en términos de calidad y conocimiento especializado.

Schneider Electric también facilita que sus socios evalúen su propia huella de carbono, controlando las emisiones de gases de efecto invernadero y estableciendo planes de acción específicos para reducirlas. Estas soluciones permiten crear un ecosistema de sostenibilidad que incluye a proveedores y clientes, impulsando un modelo de negocio consciente y responsable.

canal **AR**