



EL MEJOR momento PARA ASOCIARSE

ENTREVISTA CON YAMILA DE LA FUENTE,
GERENTE DE VENTAS DE CANALES PARA MCLA EN DELL TECHNOLOGIES

EN ESTA EDICIÓN



BIENVENIDOS

Bienvenidos a una nueva edición de la Revista Digital CanalAR, en la que exploramos las tendencias que marcarán el rumbo del sector IT en los próximos meses, desde la expansión de la Inteligencia Artificial hasta la reconfiguración del mercado de distribución.

En esta edición, podrán encontrar una entrevista exclusiva con Yamila de la Fuente, Gerente de Ventas de Canales para MCLA en Dell Technologies. De la Fuente destaca el compromiso de Dell con el modelo indirecto y cómo están preparando a sus canales para capitalizar tendencias como la inteligencia artificial y el fin del soporte de Windows 10. También conversamos con Osvaldo Caviedes, Gerente Regional de Ventas de Western Digital, quien nos compartió la estrategia de separación de Sandisk y su renovada apuesta por Argentina.

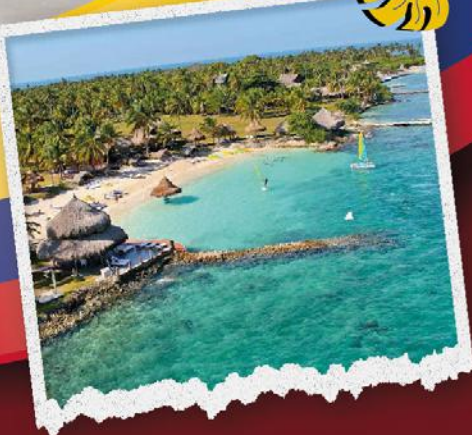
Además, analizamos en profundidad cómo las empresas se adaptan a los cambios regulatorios y a las nuevas demandas de los consumidores, buscando innovar y ofrecer soluciones de valor agregado. Destacamos la importancia de las alianzas estratégicas y la colaboración para impulsar el crecimiento y superar los obstáculos que se presentan en el camino. En esta línea, resaltamos los lanzamientos de nuevos chips y aceleradores de IA, como los de Intel (Xeon 6 y Gaudi 3) y AMD (Instinct MI325X), que prometen revolucionar la inteligencia artificial.

Además, reflexionamos sobre el papel del talento humano y la necesidad de formar profesionales capacitados para afrontar los retos de la economía del conocimiento. En CanalAR, reafirmamos nuestro compromiso de brindar información relevante y análisis profundos para acompañar a nuestros lectores en la toma de decisiones y contribuir al desarrollo del ecosistema tecnológico argentino y latinoamericano. Agradecemos a nuestros colaboradores, socios y lectores por ser parte de esta comunidad.

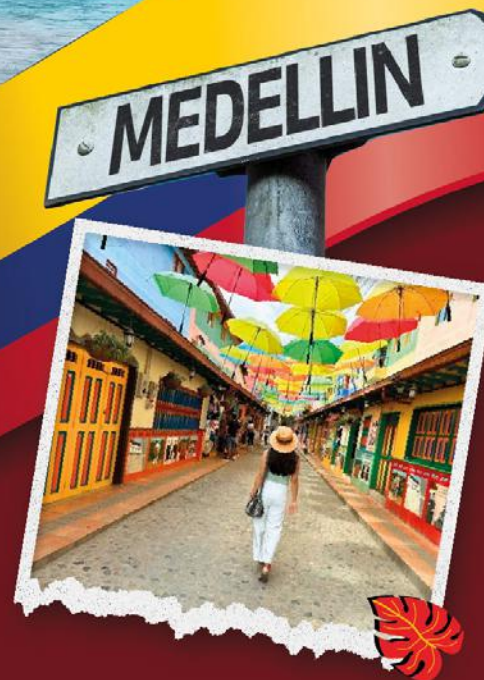
DARÍO DRUCAROFF
DIRECTOR GENERAL

Vacilón

AIR 2025



CARTAGENA



Del 1/02 al 30/04/25

¡COMPRÁ, SUMÁ Y VIAJÁ!

¡Preparate que nos vamos a Colombia!
Vamos a compartir playa, sol y momentos únicos.
Comprá productos de las marcas participantes y aumentá tus chances de viajar.

COLOMBIA TE LLAMA, AIR TE LLEVA

ADATA

AMD

ASUS

ASUS
BUSINESS

BIOSTAR
WWW.BIOSTAR.COM.TW

brother
at your side

CX

EPSON®

GAMEMAX

Genius

GIGABYTE™

HIKSEMI

HIKVISION®

hp

intel.

klipxtreme

Lenovo

Microsoft

msi®

PHILIPS

www.air-computers.com

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

AIR
COMPUTERS

TABLA DE CONTENIDOS

06



Elon Musk
recibió una
motosierra

08



Telecom
adquiere
Telefónica

14



18



20



24



10



El fin de
una era

12



Chau al
SEDI

22



Air presentó
VACILÓN en
Buenos Aires

23



PC ARTS y
Microsoft
refuerzan el ESD

30



32



34



26



OCRL y ABB
capacitan al
canal

27



Alianza
Netpoiny y
DigipWMS

28



Ceven + HP
= IA y
colaboración

29



Alianza
BIWIN
Ashir

36



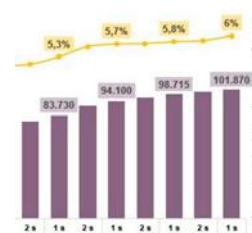
monday.com
quiere más
socios

37



Pure Storage:
nuevo progra-
ma de partners

38



Récord de
empleo IT en
CABA

39



SAP recono-
ció a sus
partners

40



Crece el
mercado de
tablets

41



El lado B de las
tecnologías en
las finanzas

42



IA, autentici-
dad y comu-
nidades

43



En búsqueda
del talento IT

44



Guaileguaychú
tiene su Aca-
demia Huawei

Milei le regaló una motosierra a Musk durante la Conferencia de Acción Política Conservadora



Foto: www.reuters.com

En su noveno viaje a Estados Unidos, el presidente argentino, Javier Milei, se reunió con el magnate Elon Musk, en un encuentro que capturó la atención mundial, en el marco de la Conferencia de Acción Política Conservadora (CPAC), un cónclave anual del trumpismo. Allí, Milei obsequió a Musk una motosierra, grabada con la frase “¡Viva la Libertad Carajo!” (Karina Milei advirtió a Musk que la motosierra era real). Se trata del símbolo del gobierno de Milei, representando el ajuste y recorte del Estado. Musk, sorprendido, exhibió la motosierra en el escenario de la CPAC, declarando que era la “¡motosierra de la burocracia!”.

La motosierra obsequiada a Musk es una réplica de la que Milei tiene en su despacho, según explicó Clarín. Ambas fueron fabricadas por Mariano Ditro “Tute” Di Tella, un mecánico e inventor de Villa Urquiza que encontró un nicho en el “merchandising libertario”. La motosierra original, hecha principalmente con bronce, tiene calada con láser la inscripción “Las Fuerzas del Cielo”. La réplica para Musk presenta la leyenda “Viva la libertad, carajo”.

El encuentro entre Milei y Musk, y el obsequio de la motosierra, generaron diversas reacciones. Para algunos, es una muestra de la sintonía ideológica entre el gobierno argentino y figuras de la derecha estadounidense. Para otros, es una estrategia de Milei para obtener apoyo político y financiero en un momento de desafíos económicos. Pero el acercamiento entre ambos trasciende lo meramente protocolar, consolidándose como una alianza estratégica.

Para Milei, esta relación representa un espaldarazo de un influyente líder global en momentos de turbulencia interna, buscando así apuntalar su proyecto político y atraer inversiones. Para Musk, la afinidad ideológica con Milei se traduce en un respaldo a sus iniciativas desburocratizadoras, encontrando en el mandatario argentino un aliado en su visión de un mundo con menor intervención estatal. La motosierra, más que un simple obsequio, se erige como un símbolo de esta convergencia, un emblema compartido de la lucha de la derecha en nombre de las libertades individuales.

Soluciones Apple para potenciar tu empresa



VER MÁS

Para más información, contactate con
Jennifer Tofel, PM de Apple
✉ Jennifer.Tofel@ceven.com

www.ceven.com

Telecom Argentina anunció un acuerdo para la adquisición de Telefónica Argentina

Telecom Argentina, la compañía de telecomunicaciones que opera también bajo las marcas Flow y Personal, anunció un acuerdo definitivo para adquirir la filial argentina de Telefónica, también conocida por su marca Movistar. Esta transacción, valorada en USD 1.245 millones, marca un hito en el sector de las telecomunicaciones en Argentina.



un solo grupo económico, lo que generaría un monopolio formado gracias a décadas de beneficios estatales que recibió dicha empresa. De ser así, el Estado Nacional tomará todas las medidas pertinentes para evitarlo", dice el comunicado emitido por el Gobierno.

La adquisición está sujeta a la aprobación de las autoridades regulatorias nacionales. Telecom Argentina ha asegurado el financiamiento inicial para esta operación a través de un consorcio de bancos que incluye a BBVA, Deutsche Bank, Santander e ICBC, por un total de USD 1.170 millones. BBVA actuó como asesor en la transacción.

"Con esta operación Telecom demuestra una vez más su vocación de seguir invirtiendo en la Argentina, en el marco de las condiciones macroeconómicas actuales, que suman certeza y estabilidad a la inversión privada y competitiva", dijo Roberto Nobile, CEO de TELECOM.

Sujeta a aprobación

El Presidente Javier Milei anunció a través de un comunicado que el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) y la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) evaluarán la operación para determinar si representa la formación de un monopolio, dado que podría concentrar una parte significativa de los servicios de telecomunicaciones en tan solo un grupo económico.

"Esta adquisición podría dejar aproximadamente el 70% de los servicios de las telecomunicaciones en manos de

De Telco a "Techco"

En los últimos años, Telecom Argentina ha experimentado una transformación significativa, evolucionando de una empresa de telecomunicaciones tradicional ("telco") a una "techco", un movimiento que refleja su adaptación a un mercado en rápida evolución. Esta evolución implica una mayor diversificación de servicios, incluyendo la incursión en plataformas FinTech y de entretenimiento (ver también Telecom Argentina: de telco a "techco" en 30 años de transformación).

En una entrevista reciente, el CEO de Telecom, Roberto Nobile, destacó que la compañía busca expandir su propuesta más allá de la conectividad, ofreciendo soluciones digitales que impulsen la inclusión y mejor en la experiencia del cliente. Telecom Argentina tiene como objetivo desarrollar la infraestructura digital del país, ampliar la cobertura de banda ancha fija y móvil, y acelerar el despliegue de fibra óptica y 5G. La compañía argumenta que esta adquisición permitirá a Argentina contar con una infraestructura digital de nivel internacional, impulsando así el desarrollo económico.

Telefónica, por su parte, ha indicado que la venta de su filial argentina se alinea con su estrategia global de reducir su exposición en la región para enfocarse en operaciones sostenibles que generen valor para sus accionistas.

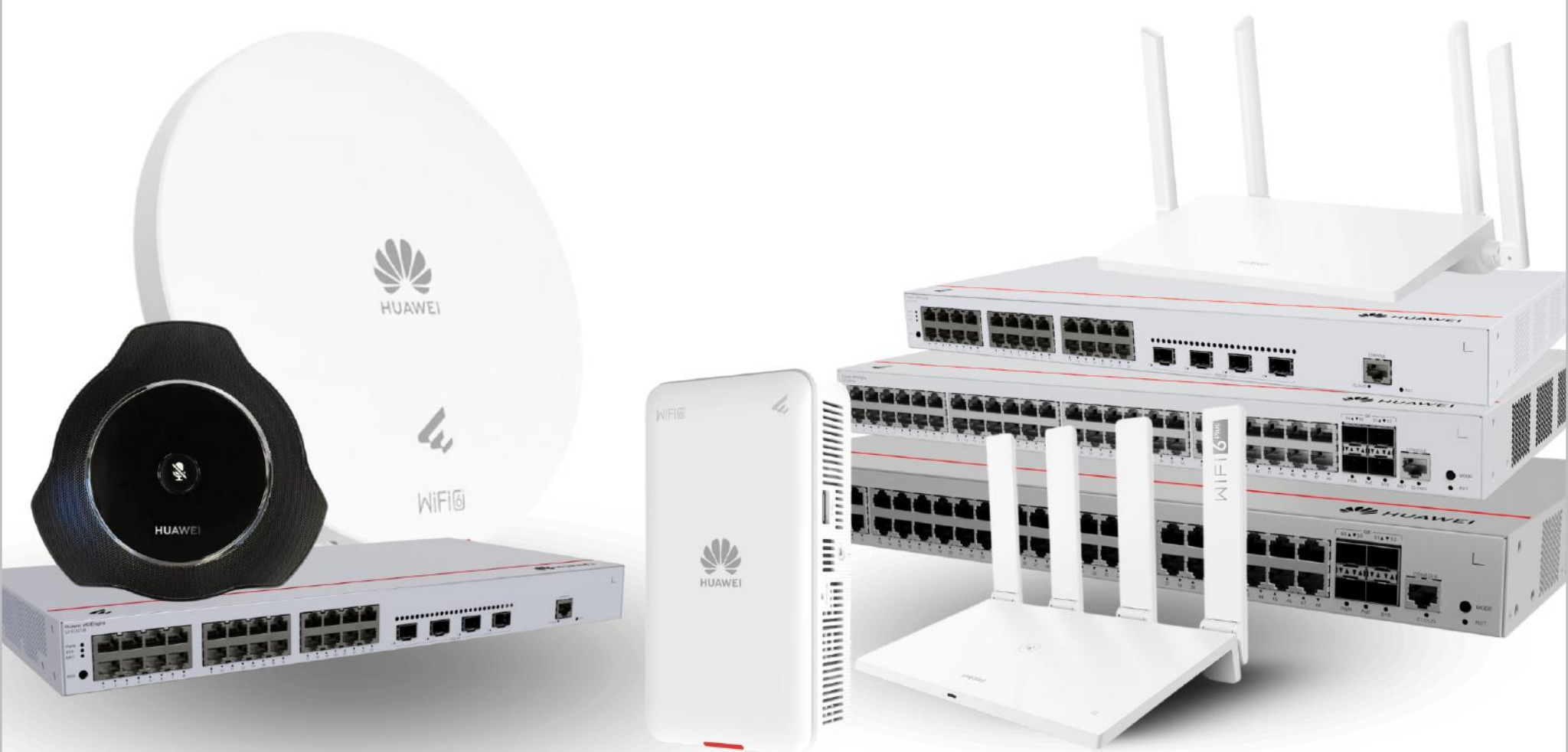


OCRL

INTERNATIONAL



HUAWEI eKit



¡DIGITALIZACIÓN PARA EL ÉXITO!



contacto@ocrl.com.ar



www.ocrl.com.ar

El fin de una era



Escribe

Enrique Carrier

Analista de mercado especializado en Internet, informática y telecomunicaciones

Desde 2019 se sabía que Telefónica tenía intención de desprenderse de sus activos en Hispanoamérica, incluyendo su operación argentina. En el interín pasó la pandemia, el DNU 690 y un escenario macroeconómico muy complejo. Como resultado, no hubo ofertas o las que hubo fueron poco serias. El contexto fue cambiando y no llamó la atención cuando, a mediados de enero, comenzaron a trascender noticias vinculadas al avance del proceso de venta. Lo que sí resultó sorpresivo fue el anuncio el lunes 24 de febrero de la venta de la operación de Telefónica en Argentina a Telecom.

La venta se cerró por US\$ 1.245 M por el total de las acciones, un 25% más de la cifra que se barajaba en los medios. Como consecuencia, las participaciones de mercado combinadas de ambas empresas son: 61% en telefonía móvil, 47% en banda ancha, 40% en TV paga y 79% en telefonía fija. Si bien resta ahora la intervención del gobierno vía el Ente Nacional de las Comunicaciones (Enacom) y de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC), que es ex post, la operación es irreversible. Telefónica anunció a sus inversores que la operación se firmó y se cerró el mismo 24/2. El dinero ya está cobrado y las acciones

transferidas. Queda entonces en manos de Telecom asumir cualquier medida que los reguladores impongan en términos de concentración de mercado y de espectro. Se abre un nuevo escenario.

Lógicamente, el gobierno estaba al tanto de la operación ya que posee 11,42% de las acciones de Telecom a través del Fondo de Garantía de Sustentabilidad (FGS) del ANSES. Y un accionista con semejante participación no desconoce que la empresa está por ofertar la suma en cuestión. De hecho, el viernes anterior al cierre de la operación, el Enacom había postado en X al respecto. Conviene recordar que el actual Secretario de Innovación, Ciencia y Tecnología, Darío Genua, fue director de Telecom en representación del ANSES durante la gestión de Mauricio Macri.

Ahora se espera la intervención de Enacom y CNDC, no para aprobar o rechazar la operación sino para establecer los remedios que consideren necesarios ante la superación del límite de espectro (Enacom) resultante de la combinación de lo asignado a Telecom y a Telefónica, así como la concentración de clientes en los distintos servicios y la situación competitiva de la oferta (CNDC). El Enacom intervendrá principalmente por el tema espectro, ya que es el responsable de su administración. La fusión de Movistar y Personal hace que se exceda ampliamente el límite de espectro para los servicios de 2, 3 y 4G. No así en el caso del espectro para 5G. Esto implica que podría haber algún tipo de devolución. A partir de ahí, el Enacom deberá resolver cómo pone en juego ese espectro, ya que en principio, ni Telecom ni Claro podrán utilizarlo por estar al límite de lo

permitido. Pero parece muy difícil que pueda surgir un nuevo operador móvil de relevancia utilizando el espectro eventualmente devuelto. Es complejo justificar la cuantiosa inversión que implica en tiempo y dinero desarrollar una nueva red para ingresar a un mercado maduro, con penetración de líneas en la población de más del 100%, donde ganar participación de mercado sólo es posible a través de una guerra de precios que terminaría desangrando al entrante. El del espectro es sin dudas un panorama desafiante para el regulador.

La CNDC deberá opinar sobre el tema concentración, siendo distintas las situaciones según los servicios. Pero aquí, el tema es mucho más complejo que sumar cantidad de abonados de ambas empresas y dividirla por el total del mercado. En el caso de los servicios fijos (banda ancha, telefonía y TV paga) la participación de mercado no refleja la concentración ya que está limitada por la cobertura de la red. La concentración en los servicios fijos (banda ancha, telefonía fija y TV paga) no debe considerarse sobre el total de clientes ya que las áreas cubiertas por las redes mayormente no se superponen tanto en términos geográficos, aunque sí en diversas áreas urbanas, como en algunos sectores del AMBA. Cuando no hay superposición, la operación no cambia la situación del consumidor, ya que la oferta de red sigue siendo la misma, ni más, ni menos (aunque cambie de nombre el proveedor).

Esto es muy claro en el caso de la telefonía fija, donde el 79% de participación de la empresa combinada no refleja una mayor concentración que la existente con las dos empresas/redes funcionando

por separado porque prácticamente no hay superposición a nivel residencial. Sí puede ocurrir en el segmento corporativo, especialmente en grandes empresas, aunque aquí hay varios jugadores adicionales ofreciendo servicios.

En el caso de banda ancha y TV hay algo más de superposición, especialmente en el caso de la red HFC de la ex Cablevisión-Fibertel cubriendo zonas donde históricamente operaba Telefónica. Si en esas zonas Telefónica todavía sigue operando con ADSL, probablemente el impacto sea nulo. Si lo hace con fibra, lo más probable es que sea con una red arrendada, con lo cual si no hay un ISP alternativo dando servicios, otros podrían sumarse fácilmente. Por otro lado, no hay que dejar de considerar la presencia de Starlink. Aunque cubre todo el país, con alto impacto en áreas rurales, también lo tiene en áreas suburbanas, especialmente aquellas donde las redes de banda ancha fija son de baja calidad/capacidad. Adicionalmente, a Starlink se le sumará Kuiper (vía DirecTV), que ofrecerá un servicio de similares características hacia fines de año o más probablemente el año próximo. Por todo esto, mayormente la desaparición de Telefónica no dejaría a los consumidores sin alternativas a Telecom, sin importar de dónde se trate.

Por el lado de la TV paga, la participación total sería del 40%, aunque alrededor de un 90% de los clientes ya lo eran de Telecom. A esto hay que sumarle que es un negocio que, aunque todavía lentamente, se está achicando, no creciendo, principalmente de la mano del streaming y de los nuevos hábitos de consumo audiovisual OTT.

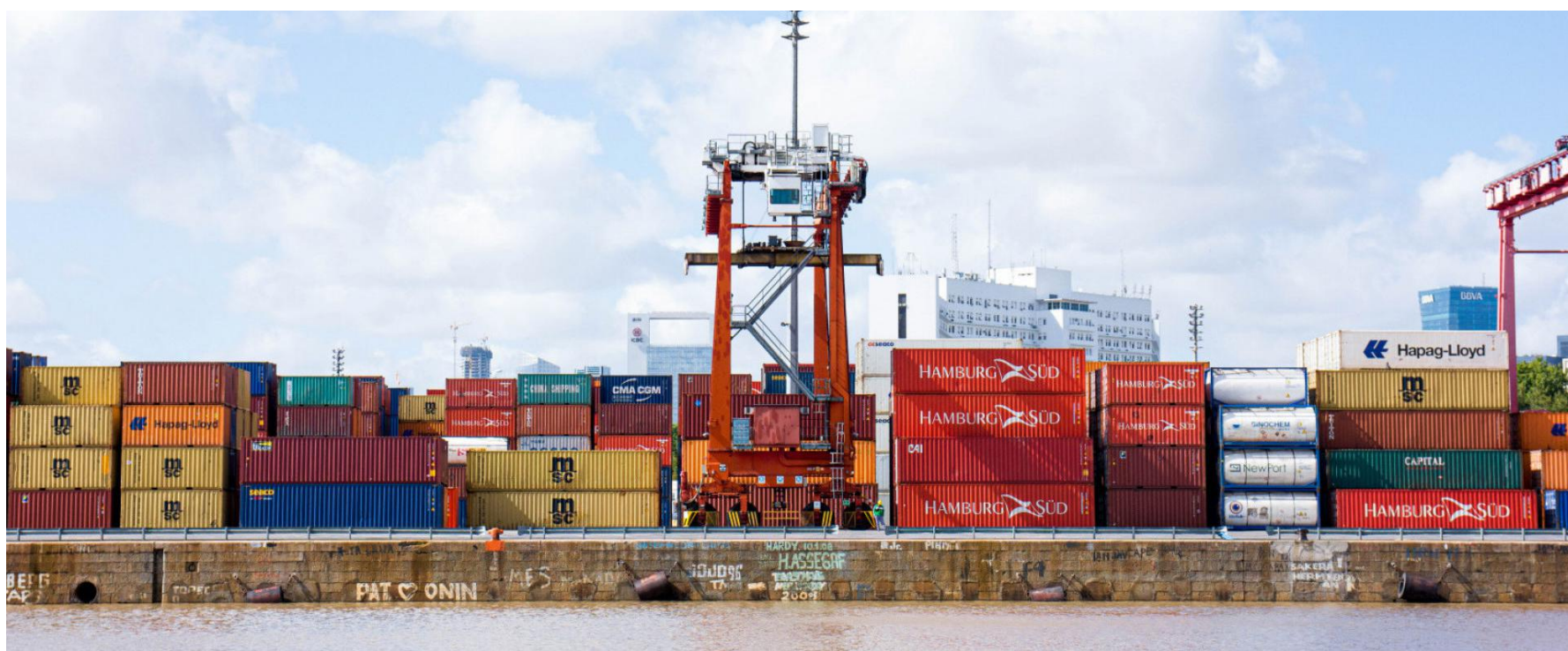
Es en los servicios móviles donde el panorama se presenta más complejo. La empresa combinada alcanza al 61% del mercado y Claro el 39% restante, con redes que se superponen totalmente ya que ambas tienen cobertura nacional. ¿Qué puede hacer la CNDC? ¿Decirle a Telecom que se desprenda del 11% para quedar 50-50 con Claro? Habría que ver qué opinan los clientes en cuestión. Hay que tener presente que en el caso de las móviles, el cambio de proveedor es más viable porque no hay las mismas limitaciones de una red física. A esto se suma que la portabilidad numérica facilita el cambio de operador. Eventualmente, los clientes de Movistar que se sientan insatisfechos con la situación podrán migrar a Claro de motu propio, sin necesidad de que nadie los obligue.

La operación se da en un contexto latinoamericano donde la tendencia es a la concentración, con dos operadores fuertes (a veces uno) y un tercero y/o cuarto en una posición débil. En México, Telcel (América Móvil) tiene un 59% de share, con tanto AT&T como Movistar bien por debajo del 20% cada una, pero además con Movistar en retirada y rumores de que AT&T seguiría el mismo camino. En Colombia, domina Claro con el 45% y el segundo, Tigo (23%), y tercero, Movistar (17%) en proceso de fusión, y Wom (8%) que acaba de ser vendida. En Chile, si bien la distribución de la participación es bastante homogénea entre sus cuatro operadores (en el rango del 20 al 32% según el caso), dos de éstos están en retirada: Telefónica dentro de su plan para Hispanoamérica y Wom en convocatoria de acreedores. En Uruguay, la estatal Antel domina el mercado con el 49%, seguido de Movistar (29% y en

retirada) y Claro (22%). Se podrá decir que en todos los casos aparece Telefónica haciendo las valijas. Pero que luego de 5 años recién haya podido vender una operación de cierta envergadura es un indicador de que no abundan compradores dispuestos a pagar un precio razonable para actuar en Hispanoamérica. Parte de los problemas para operar cuando no se tiene una participación de mercado significativa está en que el ARPU (ingreso promedio por usuario) en Latinoamérica es muy bajo, de entre US\$ 4 y 8 según los países, frente a un ARPU de US\$ 50 en los EEUU. Esto hace que, si las economías de escala no acompañan, el negocio sea más complicado. No en vano las últimas subastas de espectro se hicieron por precios más bajos o quedaron con lotes sin asignar.

El contexto regional plantea lo que podría ser una nueva etapa en el mercado de las telecomunicaciones, particularmente en las móviles. Mercados maduros, de bajo crecimiento y con ingresos bajos pero con necesidades continuas de actualización tecnológica impactan en el necesario equilibrio entre competencia e inversión. Se trata de un escenario que exige ser evaluado por las autoridades para determinar la necesidad de adaptar la regulación. Por lo pronto está el antecedente de lo que viene sucediendo en Europa, donde una regulación anti-concentración afectó negativamente el desarrollo de la infraestructura. Distintos escenarios requieren de distintas respuestas, poniendo a prueba los conocimientos, capacidades y creatividad de los funcionarios de Enacom y de la CNDC para que un eventual remedio no termine siendo un veneno.

El Gobierno derogó el Sistema Estadístico de Importaciones (SEDI) para agilizar el comercio exterior



Con el objetivo de simplificar y transparentar el comercio exterior, el gobierno argentino ha derogado el Sistema Estadístico de Importaciones (SEDI). Esta decisión, formalizada a través de la Resolución General Conjunta 5651/2025 de la Agencia de Recaudación y Control Aduanero (ARCA) y la Secretaría de Industria y Comercio del Ministerio de Economía, elimina el requisito de proporcionar información anticipada sobre las importaciones.

El SEDI, implementado el 9 de octubre de 2023, tenía como objetivo principal el análisis y seguimiento de datos sobre las compras internacionales de bienes. Sin embargo, las autoridades nacionales han determinado que este mecanismo ya no es necesario para fines estadísticos, marcando un punto de inflexión en la política comercial del país.

Estas son las razones detrás de la derogación:

- Según el ministro de Economía, Luis Caputo, el SEDI cumplió con su propósito de transparentar, ordenar y agilizar el sistema de importaciones durante su tiempo en vigor.
- El gobierno considera que el cumplimiento de las normas técnicas debe garantizarse al momento del uso o comercialización de los productos, a través de los controles estipulados por la Secretaría de Industria y Comercio, y no como una

condición previa para la importación.

Implicaciones y nuevas políticas:

- La derogación del SEDI entrará en vigor el 26 de febrero de 2025.
- El gobierno se compromete a continuar implementando políticas de facilitación para asegurar que los intercambios comerciales con el exterior se realicen de manera sencilla, transparente, eficiente y previsible, garantizando la competencia.
- Esta medida está en línea con el acuerdo con la Organización Mundial del Comercio (OMC), que busca garantizar intercambios comerciales transparentes y eficientes, ajenos a la discrecionalidad.

Recientemente, el Banco Central de la República Argentina (BCRA) flexibilizó el acceso a dólares para importadores y exportadores, permitiendo adelantar pagos de importaciones esenciales, ampliar el cupo para cancelar deudas comerciales y reducir trabas para giros de divisas por servicios. La actualización del BCRA incorporó cambios derivados de comunicaciones anteriores y reemplazó regulaciones que regían los plazos de pago para la importación de bienes y servicios.

SOLUCIONES PARA CRECER SIN LÍMITES

Dá un paso adelante con las soluciones de punto de venta de **3nStar** y **ZEBRA**. Productos confiables y de alto rendimiento para llevar tu negocio al siguiente nivel.



Distribuidor oficial de:



CONOCÉ YA NUESTRAS SOLUCIONES

NETPOINTAR.COM
ASESORAMIENTO EXPERTO



EL MEJOR momento PARA ASOCIARSE

ENTREVISTA CON YAMILA DE LA FUENTE,
GERENTE DE VENTAS DE CANALES PARA MCLA EN DELL TECHNOLOGIES

POR DARÍO DRUCAROFF

Dell afianza su estrategia indirecta. Entrevista con Yamila de la Fuente

Dell Technologies reafirma su compromiso con el modelo indirecto como principal motor de crecimiento en Latinoamérica. Yamila de la Fuente, Gerente de Ventas de Canales para MCLA, destaca el éxito del ecosistema construido a lo largo de los años, donde las relaciones de confianza y a largo plazo han sido clave para superar las expectativas de ventas. En una entrevista exclusiva, De la Fuente compartió los objetivos y estrategias de Dell para potenciar a sus socios de negocio en el nuevo año fiscal, haciendo énfasis en la modernización, la inteligencia artificial y el crecimiento.

Con un enfoque renovado en la colaboración y el apoyo a sus partners, Dell presenta un programa de canales robusto que busca capitalizar las oportunidades en el mercado tecnológico. La compañía se prepara para un año de grandes desafíos y transformaciones, donde la innovación y la adaptación serán fundamentales para el éxito de sus aliados estratégicos.

- ¿Cuál es el objetivo principal del nuevo programa de canales de Dell y cómo impactará a los resellers, distribuidores y mayoristas en Argentina y la región?

- Cada año, al finalizar nuestro año fiscal, realizamos una auditoría exhaustiva de nuestro ecosistema de canales para evaluar su desempeño. Los cambios que implementamos en el programa, que se lanzan a mediados de febrero, están directamente alineados con los objetivos y la estrategia global de Dell. Este año, el programa se centra en el crecimiento, reconociendo que Dell logrará sus objetivos a través de sus canales, especialmente en Latinoamérica.

- Dell ha experimentado una notable evolución hacia el modelo indirecto. ¿Qué filosofía impulsa esta estrategia y cómo beneficia a los partners de la compañía?

- Estamos muy orgullosos del ecosistema que hemos construido a lo largo del tiempo. La confianza mutua y las relaciones a largo plazo nos permiten proyectar objetivos ambiciosos y cumplirlos en equipo. La decisión de Dell de priorizar el modelo indirecto nos permite ser más capilares, lograr una mejor cobertura y ofrecer una línea de negocios amplia y diversa. Consideramos que este es el mejor momento para

que las empresas de tecnología se asocien con Dell, ya que la oportunidad de crecimiento es grande y concreta.

- ¿Cómo están influyendo en la región tendencias tecnológicas como la inteligencia artificial, el almacenamiento y el fin de soporte de Windows 10, y cómo está preparando Dell a sus canales para capitalizarlas?

- Estas tendencias se están manifestando en la región, aunque con cierto retraso. Vemos un creciente interés en la migración a Windows 11 y en la adopción de la inteligencia artificial en el mundo empresarial. Dell cuenta con un portafolio completo y estamos introduciendo nuevas certificaciones en áreas como inteligencia artificial y multicloud para capacitar a nuestros canales y facilitar su evolución.

- Argentina ha experimentado cambios significativos en el mercado de distribución de tecnología. ¿Cómo impacta esta nueva realidad a Dell y cómo se están adaptando para aprovechar las oportunidades?

- Vemos con optimismo los cambios en Argentina. Creemos que hay una demanda contenida que comenzará a reactivarse. Nos hemos preparado para este momento, fortaleciendo nuestro ecosistema y a nuestros distribuidores para capitalizar esta oportunidad bajo el modelo indirecto, que representa el 90% de nuestro negocio en el país.

- ¿Qué pueden esperar los canales que asistan al Dell World y qué mensaje final te gustaría transmitir a los partners?

- Contaremos con una importante delegación de socios de negocio y distribuidores de Argentina en el Dell World. Los participantes podrán conocer de primera mano los cambios en el programa de canales y los incentivos diseñados para impulsar el crecimiento. Además, podrán explorar las nuevas tecnologías y soluciones de Dell, incluyendo el rebranding de CSG y los productos con inteligencia artificial. Mi mensaje final es que este es el momento de acercarse a Dell, de colaborar y transformarnos juntos. Hemos tomado la decisión de crecer con el modelo indirecto y estamos invirtiendo fuertemente en nuestros partners para que puedan aumentar su rentabilidad y alcanzar sus objetivos”.

Alianzas, innovación y crecimiento. El nuevo programa para canales de Dell Technologies

Dell Technologies acaba de anunciar el lanzamiento oficial de su Programa de Socios 2025, una iniciativa diseñada para fortalecer las alianzas estratégicas, fomentar la innovación tecnológica y promover un crecimiento sostenible para distribuidores, revendedores y empresas tecnológicas de Latinoamérica y el mundo.

Con el mercado tecnológico proyectado a superar los \$5 billones para 2025, Dell busca ofrecer nuevos incentivos y recursos para que sus socios maximicen oportunidades en áreas clave como inteligencia artificial (IA), almacenamiento y modernización de PC. Entre los beneficios destacados se incluyen incentivos financieros, capacitación especializada y acceso a tecnologías avanzadas como Dell AI Factory, una solución diseñada para facilitar implementaciones repetibles y escalables en IA empresarial.

“La modernización de entornos de trabajo representa una gran oportunidad este año, impulsada por la migración de Windows 10 a Windows 11 y el creciente interés en los AI PCs, equipados con Copilot para maximizar la eficiencia. La combinación de esta modernización y la demanda acelerada crea un escenario ideal para que los Canales aprovechen el potencial de nuestras soluciones. Dell, como líder en infraestructura end to end, está totalmente comprometido en apoyar a los socios para alcanzar el éxito en estas transiciones tecnológicas”, dijo a CanalAR Yamila de La Fuente, Gerente de Ventas de Canales para MCLA.

Modernización del parque de PCs

Una de las principales novedades del programa es el incentivo de crecimiento enfocado en la renovación de PCs. Dell ofrece un competitivo portafolio de equipos con tecnología de IA, permitiendo a sus socios capitalizar el próximo ciclo de actualización de dispositivos. Con el aumento de la elegibilidad de la tarifa base Client+ y el reconocimiento de los productos de consumo

en la elegibilidad de la tarifa base, la compañía busca satisfacer la creciente demanda de los clientes.

Además, los Servicios de Recuperación de Activos de Dell permitirán a los socios planificar de manera efectiva la sustitución de equipos, garantizando una eliminación segura y responsable de los activos obsoletos. Esta estrategia no solo contribuye a la modernización de las infraestructuras tecnológicas, sino que también promueve la sostenibilidad mediante el reciclaje y la reutilización adecuada de componentes electrónicos.

Impulso a la colaboración en almacenamiento

Dell también ha reforzado su estrategia Partner First en almacenamiento, promoviendo una colaboración estrecha entre socios y vendedores. Como parte de este enfoque, se ha implementado un acelerador de ingresos 3X para los servicios vinculados al almacenamiento, incentivando la adopción de soluciones Dell APEX y Storage+ con servicios y suscripciones. Con ello, los socios podrán generar ingresos recurrentes y consolidarse en un mercado en constante evolución.

Capacidades en IA y sostenibilidad

A medida que la inteligencia artificial sigue transformando el mercado, Dell ha actualizado sus entrenamientos para socios en Ciencia de Datos e IA. Estos cursos permitirán a los aliados comerciales mejorar sus conocimientos en Dell AI Factory y en el posicionamiento de productos Dell enfocados en IA. Asimismo, la Competencia de Sostenibilidad, lanzada el año pasado, ha sido renovada para facilitar conversaciones sobre eficiencia tecnológica con los clientes.

El Programa de Socios 2025 también busca optimizar las operaciones mediante herramientas innovadoras como calculadoras de eficiencia, simuladores de incentivos y recursos para evaluar el impacto ambiental de las soluciones de TI.



Red Hat

¿Estás pensando en renovar
tu plataforma de virtualización?

Confiá en RED HAT.



**Encontrá el conjunto de plataformas
y soluciones más completo.**

Red Hat ofrece soluciones que van desde un **Sistema Operativo estable y flexible hasta automatización, virtualización y A.I.**, contando además con integración con los principales proveedores de nube.

**Conocé en PC ARTS las Soluciones de Red Hat.
Consultá a tu ejecutivo de ventas PC ARTS.**



canal **AR**

EL NUEVO PROYECTO DE POLYTECH

ENTREVISTA CON ADRIÁN Y
FLORENCIA DE REATTI

POR DARÍO DRUCAROFF

Polytech apuesta a la nueva generación y se adapta a los cambios del mercado

Con más de 30 años en el mercado, Polytech, uno de los principales mayoristas de IT en Argentina, se encuentra en un proceso de transformación generacional. Adrián De Reatti, su presidente, junto a su hija Florencia, Directora de Operaciones, compartieron su visión sobre el futuro de la empresa, los desafíos del mercado y las nuevas oportunidades. En esta entrevista exclusiva, exploramos los planes de Polytech para el futuro, su reciente asociación con Intel y las estrategias que están implementando para seguir creciendo en un mercado cada vez más competitivo.

- ¿Cómo surgió Polytech y cómo resumirías su evolución?

- Adrián: Soy técnico electrónico y siempre tuve un perfil muy responsable. Trabajé en servicio técnico y luego decidí emprender por mi cuenta. En ese momento, no tenía experiencia en gestión empresarial, pero sí muchos clientes. Junto a un socio, comenzamos importando desde Miami y crecimos rápidamente en los 90. Siempre nos adaptamos a los cambios del país, innovando y buscando nuevas oportunidades.

- ¿Qué hitos marcaron el crecimiento de Polytech?

- Adrián: Sin dudas, Gestión Resellers. Fuimos pioneros en ofrecer a nuestros clientes una plataforma de e-commerce con nuestro stock, permitiéndoles configurar sus propias páginas y márgenes. También implementamos un sistema de descuentos por volumen de compra, lo que nos permitió llegar a muchos clientes pequeños y crecer de manera constante.

- Florencia, ¿cómo fue tu camino dentro de la empresa?

- Florencia: Empecé haciendo fotocopias y fui pasando por diferentes roles: telemarketing, ventas mayoristas, marketing. Hoy en día, me encargo de coordinar las diferentes áreas, profesionalizando los procesos y adaptándonos a las nuevas tendencias del mercado. En el último tiempo me he enfocado en el área de compras, buscando nuevas formas de organización y gestión.

- ¿Cómo están abordando la transición generacional?

- Florencia: Es un desafío constante. Buscamos coaches que nos ayuden a entender las diferentes generaciones y sus

formas de pensar. Tratamos de que sea un proceso en el que todos nos sintamos cómodos. Mi hermana Sofía está a cargo de la parte administrativa, pagos al exterior y la relación con abogados y contadores. Yo estoy más enfocada en la parte comercial y operativa.

- ¿Cuáles son los principales desafíos en este proceso?

- Florencia: Uno de los desafíos es adaptarnos a las nuevas demandas de los colaboradores, que buscan mayor flexibilidad. Estamos probando diferentes esquemas para lograr un equilibrio entre los objetivos de la empresa y las necesidades de nuestro equipo.

- ¿Qué representa la alianza con Intel para Polytech, que ya lleva un año?

- Adrián: "Intel es una marca muy importante para nosotros. Llevábamos años buscando la distribución directa y finalmente lo logramos. Esto nos permite acceder a mayores volúmenes y mejores condiciones. Estamos reforzando la marca y buscamos diferenciarnos de la competencia.

- ¿Cómo ven el mercado IT en Argentina y cuáles son sus expectativas para el futuro próximo?

- Adrián: El mercado es competitivo y requiere de mucho volumen y rotación. Estamos trabajando para mejorar nuestros costos, importando directamente desde Miami y China. Este año va a ser mejor que el anterior. Ya en febrero notamos un repunte en el consumo. Tenemos que seguir buscando alternativas y productos que nos ayuden a facturar.

- Florencia: Venimos de dos años complicados, pero siempre buscamos la forma de crecer. Estamos sumando nuevas marcas y explorando nuevos rubros y productos. Nuestro sistema propio nos permite adaptarnos rápidamente a los cambios y sumar nuevas oportunidades.

- ¿Cuáles son los planes para expandirse en el interior?

- Florencia: Queremos fortalecer nuestra presencia. El año pasado hicimos desayunos con clientes que venían a Pulso IT y este año planeamos hacer visitas directamente a las provincias, comenzando por las más grandes.

canal **AR**

WESTERN DIGITAL TRAS SU SEPARACIÓN DE SANDISK

ENTREVISTA CON OSVALDO CAVIEDES,
GERENTE REGIONAL DE VENTAS DE WESTERN DIGITAL

POR DARÍO DRUCAROFF

Western Digital apuesta por Argentina tras su separación de Sandisk

Western Digital, una de las empresas líderes en soluciones de almacenamiento, se encuentra en un momento clave tras su reciente separación de Sandisk. Osvaldo Caviedes, Gerente regional de ventas, visitó Argentina para reunirse con distribuidores y entrenar a la fuerza de venta sobre esta nueva etapa. En una entrevista exclusiva, antes de capacitar a la fuerza de ventas de su distribuidor mayorista PC ARTS, Caviedes compartió su visión sobre el mercado argentino, las estrategias de la compañía y las expectativas para el futuro.

- ¿Cuál es el motivo de tu visita a Argentina y qué novedades trae la empresa?

- Osvaldo: Estamos realizando una ronda de entrenamiento con nuestros distribuidores, pero también coincide con la separación de Western Digital y Sandisk. A partir de ahora, somos dos empresas independientes: Western Digital, enfocada en discos duros, y Sandisk, en soluciones flash. Es importante que nuestros distribuidores entiendan esta separación y cómo afectará nuestro portafolio.

- ¿Cuál es la estrategia detrás de la separación de Western Digital y Sandisk?

- Osvaldo: Creemos que ambas compañías tienen un futuro más promisorio como empresas separadas. Si bien ambos negocios están relacionados con el almacenamiento, son bastante diferentes. Esta estrategia nos permite enfocarnos en nuestros respectivos core business y ser más exitosos.

- ¿Cuál es la importancia del canal de distribución para Western Digital y cuál es el rol de PC ARTS en Argentina?

- Osvaldo: El canal de distribución es fundamental para nosotros. Tenemos una relación de muchos años con PC ARTS, nuestro principal distribuidor en Argentina. Queremos continuar y fortalecer esta relación. Western Digital siempre ha llegado al usuario final a través de la distribución, sin realizar negocios directos con otras entidades. Esto es valorado por nuestros distribuidores, ya que les

da orden al negocio y control sobre el producto y sus garantías.

- ¿Cómo visualiza el mercado argentino con los cambios que se están implementando a nivel de comercio exterior?

- Osvaldo: Vemos un panorama muy positivo para los productos importados. La eliminación de trabas burocráticas ha acelerado el ciclo del negocio. Antes, Argentina era el mercado más lento de la región, pero ahora vemos mucho más dinamismo. Esto nos permite aprovechar mejor los precios y creemos que estamos recién comenzando a ver la curva ascendente. No sabemos cuál será el techo real del mercado argentino, pero esperamos un buen ciclo.

- ¿Western Digital cuenta con personal local en Argentina?

- Osvaldo: Actualmente no, debido a la reciente separación de Sandisk. Parte del equipo que teníamos en Argentina se fue a la división de Flash de Sandisk. Estamos evaluando si tendremos personal local o si manejaremos el negocio desde otro país.

- ¿En qué consiste esta capacitación en PC ARTS?

- Osvaldo: Estamos actualizando a la fuerza de venta de PC ARTS sobre nuestro portafolio de discos duros. Nos enfocaremos en tres verticales principales: videovigilancia (línea Purple), almacenamiento externo (Blue) y servidores NAS (Red). Explicaremos las características y diferencias entre estos productos, especialmente entre los discos para videovigilancia y los discos para PC.

- ¿Qué mensaje te gustaría transmitir al canal en Argentina?

- Osvaldo: Western Digital tiene una posición muy potente en Argentina gracias a los años de trabajo en el mercado. Nunca nos hemos ido del país, ni en las épocas de éxito ni en los momentos de dificultad. Queremos transmitir que nada de eso va a cambiar. El apoyo a Argentina, el soporte a los distribuidores y la relación con PC ARTS seguirán siendo los mismos. Esperamos ampliar nuestro portafolio de productos y enriquecer la oferta tecnológica en el país.

AIR Computers presentó su programa de incentivos VACILÓN en Buenos Aires



El mayorista IT Air Computers lanzó en Buenos Aires su programa de incentivos “VACILÓN”, diseñado para recompensar a sus mejores canales de distribución, junto a socios tecnológicos y canales de distribución.

“VACILÓN” es un programa de incentivos que premia al canal a través de un sistema de puntos, ofreciendo como principal recompensa un viaje a Colombia, específicamente a Medellín y Cartagena. El programa -vigente hasta el 30 de abril- busca fortalecer las relaciones con los clientes a través de experiencias memorables. El nombre “Vacilón” representa diversión, alegría y conexión en un entorno único.

“En AIR Computers creemos que VACILÓN es más que un viaje; es una oportunidad para fortalecer lazos con nuestros socios y recompensar su lealtad”, afirmó a CanalAR Sergio Airoidi, CEO de AIR Computers. “Estamos comprometidos a brindar experiencias que generen un impacto positivo en sus negocios y perduren en el tiempo”.

- Destinos: El viaje incluye tres días en Medellín, donde los ganadores podrán disfrutar del clima primaveral,

arquitectura moderna y vida cultural. Posteriormente, se trasladarán a Cartagena para disfrutar de playas y un ambiente colonial.

- Mecánica: Durante tres meses, los canales acumularán puntos. Cada dólar gastado equivale a un punto, pero existen aceleradores que permiten duplicar o triplicar los puntos en compras específicas. También, AIR y sus marcas asociadas ofrecerán promociones para acumular puntos más rápidamente.

- Marcas Participantes: Adata, Amd, Asus NB, Asus componentes, Biostar, Brother, Cx, Epson, Gamemax, Genius, Gigabyte, Hiksemi, Hikvision, Hp Computo, Hp ink, Intel, Klip Xtreme, Lenovo, Microsoft, Msi y Philips.



Sergio Airoidi, CEO de Air Computers.

PC ARTS y Microsoft refuerzan su apuesta por la distribución digital con su oferta ESD

En un mercado cada vez más digitalizado, Microsoft sigue innovando en la manera en que distribuye su software. La modalidad de Electronic Software Distribution (ESD) se presenta como una solución eficaz y segura para la compra y descarga inmediata de productos como Windows y Office. Laura Gardiol, Product Manager de Microsoft en el mayorista PC ARTS, explica en detalle los beneficios de este modelo.

¿Qué es ESD y cuáles son sus ventajas?

La venta a través de ESD permite a los resellers ofrecer claves de producto directamente a los clientes, eliminando la necesidad de stock físico. “ESD permite la venta y descarga segura, fácil e instantánea de Office y Windows”, destaca Gardiol. Entre los beneficios más importantes para los resellers, menciona la reducción de costos y riesgos asociados al inventario, la inmediatez en la entrega del producto al usuario y la facilidad en la gestión de licencias y actualizaciones. Además, al manejarse todo de manera electrónica, se minimiza el riesgo de comercialización de productos falsificados.

Una oferta flexible y adaptada a cada necesidad

La variedad de licencias disponibles a través de ESD permite cubrir diferentes necesidades de los usuarios. “Dentro de la oferta tenemos licencias perpetuas como Windows 11 Pro y Office 2024, así como suscripciones de Microsoft 365 (M365) tanto para el hogar como para empresas”, señala Gardiol. Por ejemplo, Windows 11 ESD es una opción ideal para quienes necesitan legalizar o licenciar un dispositivo sin sistema operativo o con



Laura Gardiol, Product Manager de Microsoft en el mayorista PC ARTS.

una versión no original. En cuanto a Office, se puede optar entre versiones de compra única, como Office Home and Business 2024, o suscripciones a M365, dependiendo de las preferencias y necesidades del usuario.

PC ARTS: un socio estratégico para la distribución digital

Elegir PC ARTS para la comercialización de software mediante ESD es una garantía de calidad y conocimiento del mercado. “Significa optar por la mejor oferta y contar con nuestro equipo de ventas de excelencia, que se capacita constantemente y posee un gran conocimiento de los productos de Microsoft”, asegura Gardiol. De esta manera, la distribución digital se consolida como una alternativa eficiente y segura para resellers y usuarios finales.

Con esta estrategia, Microsoft y PC ARTS continúan impulsando la evolución del mercado de software, ofreciendo soluciones flexibles, seguras y alineadas con las necesidades actuales de digitalización.

canal **AR**

**NUeVO ACUERDO
ENTRE ELIT Y FORZA**

Forza refuerza su presencia en Argentina con un nuevo acuerdo con Elit

Forza Power Technologies, empresa líder en soluciones de energía confiable, anunció una nueva alianza con Elit, mayorista de tecnología e informática, con el objetivo de fortalecer y expandir su presencia en el mercado argentino. Este acuerdo permitirá a Elit distribuir un amplio portafolio de productos de Forza y ampliar su cobertura en sectores clave como la energía, la seguridad electrónica y la informática.

Elit, con más de 30 años de trayectoria en el mercado y presencia en diversas provincias del país, se suma a la red de distribución de Forza con un equipo de ejecutivos especializados en Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba y Mendoza. Esta expansión busca consolidar la presencia de la marca en distintos segmentos, desde el hogar hasta el entorno corporativo.

“En Forza trabajamos exclusivamente a través de canales. Con la renovación del acuerdo de distribución con Elit buscamos fortalecer nuestra red de mayoristas especializados para cubrir de manera efectiva diferentes mercados”, expresó Marianela Suco, Territory Manager para Cono Sur de Forza Power Technologies. Además, destacó la importancia de la relación a largo plazo con Elit, señalando que la experiencia del mayorista, sumada a su warehouse en Miami, facilitará la distribución de productos en Argentina.

Por su parte, Leandro Brizuela, Product Manager de Forza en Elit, subrayó la importancia de esta alianza: “Forza ha demostrado ser una marca confiable y de alta calidad en el mercado, con capacidad para innovar y adaptarse a las necesidades cambiantes de los consumidores. Esto ha sido clave para su éxito continuo desde su llegada a Elit”.

Como parte del acuerdo, Forza ha trabajado en la capacitación del equipo técnico-comercial de Elit, asegurando que los socios de negocio puedan ofrecer un soporte de calidad tanto en el ámbito residencial como corporativo. Además, la marca participará en eventos organizados por Elit durante 2025 para aumentar su visibilidad y fortalecer su red de ventas.

“Nuestra idea es fomentar la colaboración y el crecimiento entre nuestros resellers y la marca, asegurando que ambas partes reciban el apoyo necesario para incrementar las ventas de forma efectiva”, señaló Brizuela. Asimismo, mencionó que la estrategia de Elit incluirá precios competitivos y disponibilidad de inventario para garantizar la llegada de las soluciones a distintos proyectos y oportunidades en el mercado.

En esta nueva etapa de la alianza, Elit distribuirá una variedad de productos de Forza diseñados para garantizar la protección y continuidad de las operaciones electrónicas. Entre los principales productos se destacan:

- UPS (Sistemas de Alimentación Ininterrumpida): Proveen energía de respaldo en cortes de luz, protegiendo equipos críticos como servidores y sistemas de seguridad.
- Protectores de Sobretenensión: Dispositivos que protegen los equipos electrónicos de picos de voltaje causados por tormentas o fallas eléctricas.
- Protectores de Voltaje: Previenen daños en computadoras, televisores y otros dispositivos ante fluctuaciones de energía.
- Estabilizadores de Voltaje: Aseguran un suministro constante de energía, evitando variaciones que puedan afectar el rendimiento y la vida útil de los equipos.

Brizuela expresó su confianza en el futuro de la marca dentro de Elit: “Esperamos que Forza siga liderando el mercado con productos innovadores y manteniendo su compromiso con la satisfacción del cliente. Esto nos ayudará mutuamente a crecer y desarrollar la marca en Argentina”.

Finalmente, Suco reafirmó la visión de Forza en el país: “Estamos comprometidos en brindar a las empresas soluciones de protección de energía confiables y avanzadas. Esta alianza con Elit refuerza nuestra presencia en el mercado argentino y nos posiciona como un socio estratégico clave para las empresas que buscan garantizar la continuidad operativa y la seguridad energética en sus entornos de trabajo”.

OCRL y ABB capacitan al canal sobre soluciones de energía crítica



El mayorista de IT OCRL, en colaboración con ABB, llevó a cabo una capacitación para clientes activos con el objetivo de fidelizarlos y presentar las soluciones de la línea de equipos de energía crítica que comercializan en conjunto. El evento contó con la participación de Martín Salas, Product Manager de ABB en OCRL, y Diego Huguet, Account Manager de Critical Power de ABB.

Según Salas, la capacitación buscó que los clientes pudieran fusionar los productos de ABB con las soluciones que ya manejan, y los asistentes ofrecieron una retroalimentación positiva, destacando su interés en la capacitación, ya que desconocían la funcionalidad completa de los productos de ABB.

Esta iniciativa se alinea con la estrategia de ABB para fortalecer su canal de distribución en el mercado IT, que incluye el desarrollo de socios estratégicos como OCRL y la capacitación continua. En este sentido, ABB busca optimizar su presencia en el mercado IT llegando a nuevos segmentos. La compañía ofrece programas técnicos y comerciales para asegurar que sus socios puedan brindar soluciones adecuadas a las necesidades de sus clientes.

fortalecer su presencia en el mercado IT argentino. Huguet afirmó que se han planteado metas ambiciosas, como incrementar su participación en el mercado, especialmente en sectores clave como telecomunicaciones y centros de datos, ampliando la red de distribución mediante nuevas alianzas locales.

Salas anticipó un 2025 con muchos desafíos y desarrollo, con planes de expandir el mercado buscando potenciales nuevos clientes e introduciendo nuevos productos de ABB al portafolio de OCRL, fortaleciendo las ofertas tanto en el segmento empresarial como en el de consumo masivo.



Martín Salas junto a Diego Huguet.

De cara a 2025, tanto ABB como OCRL tienen expectativas de

Netpoint y DigipWMS: una alianza para revolucionar la logística digital

Netpoint Argentina, líder en distribución de soluciones para puntos de venta y captura automática de datos, y DigipWMS, referente en software de gestión de almacenes, han unido fuerzas para crear una nueva solución para automatizar la logística. Las empresas ya no necesitan navegar el complejo mundo de la compatibilidad entre hardware y software: esta nueva alianza entrega soluciones pre-configuradas y listas para usar, respaldadas por contratos de servicio que garantizan operación continua.

“Ya no basta con tener un buen software o un buen hardware”, explicó Damián Ducuing, CEO de DigipWMS. “El mercado actual demanda soluciones integradas que funcionen desde el primer día”. Y es precisamente esto lo que hace única a esta alianza: la capacidad de ofrecer una solución completa que incluye el potente software WMS de DigipWMS junto con terminales de datos Zebra, 3nStar y Honeywell, además de impresoras de etiquetas de última generación.

“Hemos visto casos donde empresas medianas dudaban en adoptar soluciones WMS por la complejidad percibida”, señaló Pablo Seltzer, CEO de Netpoint. “Ahora pueden im-

plementar sistemas de clase mundial con la tranquilidad de tener un único punto de contacto para todo el soporte”.

A diferencia de otras soluciones en el mercado, esta alianza ofrece algo único: soporte técnico local especializado. El equipo de ingenieros certificados de Netpoint no solo configura los equipos, sino que proporciona mantenimiento preventivo y correctivo, asegurando que las operaciones logísticas nunca se detengan. Los primeros resultados de esta alianza ya son visibles. Empresas que han adoptado la solución integrada reportan reducciones de hasta un 40% en tiempos de implementación y una disminución del 60% en incidentes técnicos. La clave: la integración entre hardware y software, respaldada por un servicio técnico unificado.

¿Qué sigue para esta alianza? Según adelantan desde ambas empresas, ya están trabajando en incorporar tecnologías emergentes como realidad aumentada para picking y sistemas de voz, siempre manteniendo su filosofía de soluciones integradas y soporte local. Como dice el refrán en el mundo de la logística: el futuro no espera, y con soluciones como esta, tampoco necesita hacerlo.



Damián Ducuing, CEO de DigipWMS, y Pablo Seltzer, CEO de Netpoint.

IA y colaboración: Ceven y HP impulsan la transformación tecnológica corporativa

El mayorista IT Ceven arrancó el 2025 impulsando su propuesta de valor, que entre otros puntos incluye la integración de inteligencia artificial (IA) en los productos de HP Poly y HP Comercial, marcando un nuevo estándar en el mercado. CanalAR dialogó con el mayorista sobre el portafolio corporativo de HP que Ceven distribuye, a través de una entrevista con Emanuel Casalas, Product Manager de HP Comercial en Ceven, con el fin de comprender cómo estas soluciones están revolucionando el trabajo híbrido y remoto. Desde dispositivos de audio y video de alta calidad hasta laptops y estaciones de trabajo de alto rendimiento, Ceven y HP ofrecen un conjunto integral de herramientas diseñadas para las necesidades del mercado corporativo actual.

- ¿Cuáles son los principales productos del lineal corporativo de HP Poly y HP Comercial que están destacando este año?

- En la línea HP Poly este año resaltamos el auricular inalámbrico Voyager Focus 2, que ofrece cancelación activa de ruido, sonido premium y una batería de larga duración. También el Poly Studio X52, una solución todo-en-uno para videoconferencias con cámara 4K, audio de alta calidad y compatibilidad con plataformas como Microsoft Teams y Zoom. Por el lado de HP Comercial, la nueva línea de PCs de próxima generación con IA ha sido diseñada para brindar las herramientas adecuadas para cada experiencia laboral. Resaltamos la EliteBook Ultra G1i, una notebook empresarial con IA, la estación de trabajo móvil ZBook Ultra G1a de 14 pulgadas, ideal para flujos de trabajo de alto rendimiento y la mini estación Z2 Mini G1a. Además, los modelos OmniStudio X y OmniDesk, que integran procesadores Intel Core Ultra e IA, ofrecen un salto en productividad y creatividad para los profesionales.

- ¿Qué características diferencian a estos productos de otras soluciones disponibles en el mercado?

- Los productos de HP Poly se distinguen por su compatibilidad con diversas plataformas de comunicación, como Microsoft Teams, Zoom y Google Meet, además de su innovación tecnológica, con cancelación activa de ruido y



Emanuel Casalas, Product Manager de HP Comercial en Ceven.

supresión de eco. La calidad de video 4K y la integración de IA para cancelación adaptativa de ruido y reconocimiento de voz, marcan una diferencia notable. Adicionalmente, la plataforma Poly Lens permite una gestión centralizada de los dispositivos. Los productos de HP Comercial se caracterizan por su rendimiento superior, ofreciendo laptops y estaciones de trabajo duraderas para entornos exigentes. Además, ofrecen flexibilidad con opciones de configuración personalizables y seguridad avanzada con soluciones como HP Wolf Security. En 2025, la propuesta clave se centra en la integración de la IA para potenciar la productividad y la colaboración, con equipos que ofrecen mejor rendimiento, experiencia mejorada en reuniones virtuales y un enfoque en sostenibilidad.

- ¿Qué rol juegan las soluciones de videoconferencia de HP Poly en el actual panorama de trabajo híbrido y remoto?

- Las soluciones de videoconferencia de HP Poly son esenciales en el trabajo híbrido y remoto. Mejoran la calidad de las reuniones virtuales, facilitan la colaboración y ofrecen flexibilidad. La tecnología avanzada garantiza la seguridad y una experiencia de usuario superior. La integración de IA en productos como las notebooks de HP, ayuda a mantener una comunicación fluida y eficiente en equipos distribuidos.

BIWIN y Predator se alían con Ashir Technology para expandir su presencia en Argentina

BIWIN Storage Technology, compañía especializada en soluciones de memoria, ha anunciado su alianza estratégica con el mayorista y distribuidor IT Ashir Technology Corp SRL, con el objetivo de consolidar y expandir la presencia de BIWIN y su marca gaming Predator en el país, especialmente en el mercado de SSD y memorias RAM, donde aspiran a convertirse en líderes de ventas.

Según Javier Plotka, Socio Gerente de Ashir Technology Corp SRL, la elección de BIWIN como socio se basa en la alta calidad de sus productos, que combinan “un excelente precio, calidad y rendimiento”. Ashir Technology se encargará de la distribución de las soluciones de BIWIN y Predator en Argentina, ofreciendo a sus clientes un portafolio de productos que incluye SSD y memorias RAM DDR5, entre otras soluciones.

La estrategia de BIWIN y Ashir Technology se centrará en dos segmentos clave: armadores de máquinas de alto rendimiento y resellers especializados en productos para gamers. Se buscará mantener precios uniformes y competitivos para los partners, y se implementará un plan de marketing ambicioso que incluye posicionamiento de marca, eventos exclusivos y capacitaciones técnicas. Ashir Technology cuenta con una amplia experiencia como mayorista y distribuidor de informática, representando marcas internacionales reconocidas. Su equipo ofrece asesoramiento personalizado, especialistas en ventas y productos, y un equipo de RMA para solucionar problemas. Además, poseen una logística eficiente para envíos a todo el país.

La alianza entre BIWIN y Ashir Technology busca satisfacer las demandas del mercado argentino, ofreciendo soluciones de almacenamiento y memorias RAM de alta calidad. BIWIN es reconocida por su innovación y calidad en la producción de soluciones de memoria, mientras que Predator se destaca como una marca líder en el sector gaming.

Cesar Moyano, Director de ventas regional de BIWIN, destacó que la alianza con Ashir Technology permitirá expandir la



Cesar Moyano, Director de ventas regional de BIWIN, y Javier Plotka, Socio Gerente de Ashir Technology Corp SRL.

presencia de la marca y llegar a más clientes en Argentina. Además, anunció que se realizarán importantes lanzamientos de productos Predator para ofrecer nuevas soluciones con la mejor combinación de rendimiento, calidad y precio.

La alianza dará especial enfoque a las memorias RAM DDR5 y SSD, especialmente diseñadas para el mercado de consumo y gaming, con la línea Predator. La estrategia de distribución incluirá entrenamientos presenciales y virtuales, soporte, apoyo en el cierre de negocios y branding para el canal reseller.

Según Javier Plotka, la línea Predator complementará la gama de productos de Ashir Technology, ofreciendo memorias de alto rendimiento para clientes exigentes. Entre los productos destacados de Predator se encuentra la memoria Hera DDR5 RGB, que viene en kits de 32 GB, 48 GB y 64 GB y con una variedad de frecuencias de hasta 8400 MT/s. La memoria Hera está construida con ICs Hynix premium y PMIC OC, diseñadas para overclocking, ofreciendo un alto rendimiento para gaming y un diseño avanzado con PCB de 10 capas. Además, cuenta con iluminación RGB personalizable con 8 zonas y 16,8 millones de colores. La Predator Hera DDR5 es compatible con XMP 3.0 y AMD EXPO, alcanzando un rendimiento de hasta 8200 MT/s con overclocking en AMD EXPO. También se destaca la memoria Predator Hermes RGB que alcanza una frecuencia de 8000 MHz, con presets Intel XMP 3.0.

canal **AR**

intel
XeON

Intel® Xeon® 6 SoC

**IMPULSANDO
LA IA EN EL EDGE
Y LA RED**

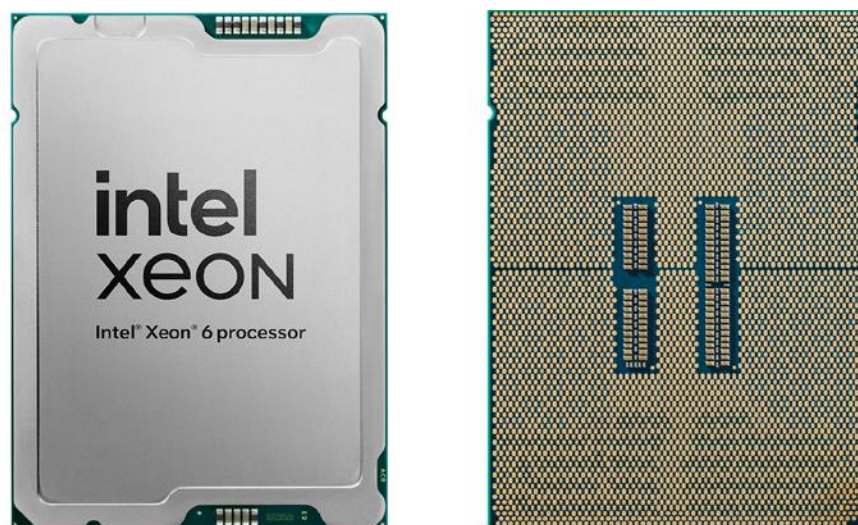
Intel quiere revolucionar la IA y las redes con los nuevos procesadores Xeon 6

Intel acaba de presentar sus nuevos procesadores Xeon 6, diseñados para modernizar la infraestructura y satisfacer las demandas de cargas de trabajo de próxima generación, como la Inteligencia Artificial. Los procesadores Xeon 6 con Performance-cores (P-cores) están diseñados para centros de datos e infraestructura de red, proporcionando una eficiencia superior para la consolidación de servidores.

“Estamos intensamente enfocados en llevar al mercado productos de liderazgo de vanguardia que resuelvan los mayores desafíos de nuestros clientes y ayuden a impulsar el crecimiento de sus negocios”, dijo Michelle Johnston Holthaus, co-CEO interina de Intel y CEO de Intel Products. “La familia Xeon 6 ofrece la mejor CPU de la industria para IA y características innovadoras para redes, al tiempo que impulsa la eficiencia y reduce el costo total de propiedad”.

Novedades de los procesadores Intel Xeon 6

- **Xeon 6700/6500 series con P-cores:** Ideal para centros de datos modernos, equilibrando rendimiento y eficiencia energética. Ofrece un rendimiento 1.4 veces mejor que la generación anterior en cargas de trabajo empresariales y es la base para sistemas de IA, complementándose con una GPU como CPU host. Permite una consolidación de servidores de 5:1 en promedio, con potencial de hasta 10:1 en ciertos casos, resultando en un ahorro de hasta 68% en el costo total de propiedad (TCO).
- **Xeon 6 para redes y edge:** Un sistema en chip (SoC) diseñado para alto rendimiento y eficiencia energética. Utiliza aceleradores integrados de Intel para redes de acceso radio virtualizadas (vRAN), medios, IA y seguridad de red. Ofrece hasta 2.4 veces la capacidad RAN y una mejora del 70% en el rendimiento por vatio gracias a Intel vRAN Boost. Es el primer SoC de servidor con un acelerador de medios incorporado, el Intel Media Transcode Accelerator, que permite hasta 14 veces más rendimiento por vatio.



Se proyecta que el gasto en IA generativa (GenAI) alcanzará los \$153 mil millones de dólares para 2027, con un gasto total en aprendizaje automático y análisis de \$361 mil millones de dólares. Intel Xeon 6 está optimizado para capturar una parte significativa de este mercado, ofreciendo un rendimiento superior en aprendizaje automático tradicional, modelos GenAI más pequeños y cargas de trabajo aceleradas por GPU.

Intel también presentó dos nuevas líneas de productos de controladores y adaptadores de red Ethernet para satisfacer las crecientes demandas de aplicaciones empresariales, de telecomunicaciones, en la nube, de computación de alto rendimiento (HPC), edge e IA.

- **Intel Ethernet E830:** Ofrece hasta 200GbE de ancho de banda, configuraciones de puertos flexibles y capacidades de tiempo de precisión avanzadas.
- **Intel Ethernet E610:** Proporciona conectividad 10GBASE-T optimizada para operaciones de plano de control, con eficiencia energética y seguridad robusta.

Según explicó Intel, la combinación de los procesadores Xeon 6 y la conectividad Ethernet de alto rendimiento proporciona una base sólida para que las empresas aceleren la innovación y obtengan una ventaja competitiva.

canal AR

MICROSOFT Y SU CHIP CUÁNTICO MAJORANA 1

Microsoft presentó el chip cuántico Majorana 1

Microsoft acaba de realizar un anuncio que no ha pasado desapercibido en el campo de la computación cuántica. La empresa presentó Majorana 1, el primer chip cuántico impulsado por una arquitectura de núcleo topológico. Este avance, basado en un nuevo tipo de material llamado topoconductor, promete hacer realidad computadoras cuánticas capaces de resolver problemas de escala industrial en los próximos años. Lo que hace a Majorana 1 tan especial es que el topoconductor permite observar y controlar las partículas de Majorana, lo que resulta en qubits más estables, rápidos, pequeños y controlables digitalmente. Esto supera las limitaciones de los enfoques actuales que requieren un control analógico ajustado de cada qubit. Además, el núcleo topológico de Majorana 1 está diseñado para ser inherentemente más fiable gracias a la incorporación de resistencia al error a nivel de hardware, lo que lo hace más estable.

Esta nueva arquitectura también permite encajar un millón de qubits en un solo chip que cabe en la palma de la mano. Este es un umbral crucial para que las computadoras cuánticas puedan ofrecer soluciones transformadoras para problemas del mundo real. El nuevo enfoque de medición permite que los qubits se controlen de manera digital, simplificando el funcionamiento de la computación cuántica.

“Después de una búsqueda de casi 20 años, hemos creado un estado de la materia completamente nuevo, desbloqueado por una nueva clase de materiales, los topoconductores, que permiten un salto fundamental en la computación”, dijo Satya Nadella, CEO de Microsoft, a través de un tweet. “Creemos que este avance nos permitirá crear una computadora cuántica verdaderamente significativa no en décadas, como algunos han predicho, sino en años”.

Microsoft ha trazado una ruta clara hacia el millón de qubits, un hito necesario para abordar problemas complejos en diversos campos. Por ejemplo, en la ciencia de los materiales, facilitaría el diseño de materiales autorreparables para puentes, aviones o dispositivos electrónicos. En cuanto al medio ambiente, podría ayudar a la descomposición de microplásticos en subproductos inofensivos o

al desarrollo de alternativas no tóxicas. En el ámbito de la salud y la agricultura, permitiría un aprovechamiento más efectivo de las enzimas para mejorar la atención médica, aumentar la fertilidad del suelo y promover el crecimiento sostenible de alimentos. Además, facilitaría el diseño optimizado, permitiendo a ingenieros, científicos y empresas diseñar productos y materiales de manera correcta desde el principio.

Desde hace casi 20 años Microsoft apostó por el desarrollo de qubits topológicos, que ofrecen mayor estabilidad y requieren menos corrección de errores. A pesar de la dificultad de crear y medir las partículas de Majorana, este enfoque promete qubits escalables y controlables capaces de realizar trabajos valiosos a nivel comercial.

El chip cuántico Majorana 1 no funciona de forma aislada. Se integra en un ecosistema con lógica de control, un refrigerador de dilución que mantiene los qubits a temperaturas extremadamente bajas, y una pila de software que puede integrarse con la IA y las computadoras clásicas. Aunque aún se requiere trabajo de ingeniería para perfeccionar los procesos y lograr que todos los elementos trabajen juntos a escala acelerada, este avance valida la apuesta de Microsoft por el diseño de qubit topológico y abre un camino prometedor hacia la computación cuántica a escala industrial.



canal **AR**

**AWS ACCELERA LA
COMPUTACIÓN
CUÁNTICA**

AWS quiere revolucionar la computación cuántica con su propio chip Ocelot

Amazon Web Services (AWS) anunció el desarrollo de Ocelot, un nuevo chip de computación cuántica que promete reducir significativamente los costos de corrección de errores cuánticos, hasta en un 90% en comparación con los enfoques actuales. Este avance representa un paso crucial en la búsqueda de computadoras cuánticas tolerantes a fallas, capaces de resolver problemas de importancia comercial y científica que están fuera del alcance de las computadoras convencionales.

Ocelot es un prototipo de chip diseñado para probar la efectividad de la arquitectura de corrección de errores cuánticos de AWS. El chip está compuesto por dos microchips de silicio integrados, cada uno con un área de aproximadamente 1 cm². Estos microchips contienen capas delgadas de materiales superconductores que forman los elementos del circuito cuántico.

El chip Ocelot está compuesto por 14 componentes centrales: cinco cúbits de datos (los cúbits gato), cinco “circuitos de búfer” para estabilizar los cúbits de datos y cuatro cúbits adicionales para detectar errores en los cúbits de datos. Los cúbits gato almacenan los estados cuánticos utilizados para el cálculo, y para ello se basan en componentes llamados osciladores, que generan una señal eléctrica repetitiva con una sincronización constante.

Uno de los mayores desafíos de la computación cuántica es la sensibilidad de los cúbits al “ruido” ambiental. Vibraciones, calor, interferencias electromagnéticas e incluso la radiación cósmica pueden alterar el estado cuántico de los cúbits, provocando errores en los cálculos. Para solucionar este problema, las computadoras cuánticas utilizan la corrección de errores cuánticos, que implica codificar la información cuántica en múltiples cúbits para protegerla del entorno.

Ocelot aborda este problema mediante una arquitec-



tura innovadora que integra la corrección de errores desde el principio. Al utilizar los “cúbits gato”, que suprimen intrínsecamente ciertas formas de errores, Ocelot reduce la cantidad de recursos necesarios para la corrección de errores cuánticos.

AWS está invirtiendo en computación cuántica porque cree que esta tecnología tiene el potencial de impulsar importantes avances en la sociedad y la tecnología. La computación cuántica podría revolucionar campos como la criptografía, la ingeniería de materiales, el descubrimiento de fármacos y el análisis financiero. Al desarrollar Ocelot, AWS busca acelerar el desarrollo de computadoras cuánticas prácticas y tolerantes a fallas que puedan abordar problemas complejos del mundo real.

Si bien Ocelot aún es un prototipo, representa un avance prometedor en la computación cuántica. AWS planea seguir invirtiendo en investigación cuántica y perfeccionando su enfoque. Los clientes de la empresa pueden comenzar a explorar la computación cuántica hoy mismo con Amazon Braket en AWS, un servicio que permite a científicos, desarrolladores y estudiantes trabajar con hardware de computación cuántica de terceros, simuladores de alto rendimiento y herramientas de software.

monday.com incrementará su ecosistema de socios en un 60% en América Latina



Mauricio Prado Silva, Vicepresidente de monday.com para LATAM.

monday.com, la compañía reconocida por su plataforma multiproducto para la gestión del trabajo, anunció una ambiciosa expansión en América Latina. Con el objetivo de fortalecer su presencia en la región y responder a la creciente demanda de sus soluciones, la empresa incrementará su ecosistema de socios regionales en un 60% para finales de 2025.

Para liderar esta estrategia de expansión, monday.com ha designado a Mauricio Prado Silva como Vicepresidente para LATAM. Prado Silva, con una sólida trayectoria en la industria tecnológica, se enfocará en impulsar el crecimiento comercial de la compañía en la región, además de fortalecer su red de socios y clientes.

“Es un honor para mí sumarme a monday.com, una de las empresas de SaaS de más rápido crecimiento del mundo, como Vicepresidente de LATAM. Con clientes como Ebanx y RaiaDrogasil en Brasil, Herdez y Coppel en México, y muchos más en toda la región, existe una gran oportunidad de aprovechar nuestro hipercrecimiento en LATAM, especialmente en el área de CRM.

Espero aprovechar mi experiencia en la industria para fortalecer nuestro sólido equipo regional y hacer crecer nuestro ecosistema de socios y al mismo tiempo impulsar la oferta de múltiples productos de monday.com para empoderar a más empresas en la gestión de todos los aspectos de su trabajo”, afirmó Mauricio Prado Silva.

Actualmente, monday.com cuenta con más de 6.000 clientes en la región y una red de más de 45 socios en LATAM, incluyendo aproximadamente 15 en México. La plataforma ofrece soluciones de trabajo versátiles para empresas de todos los tamaños y sectores, además de servicios profesionales que complementan su suite de productos.

Con este crecimiento sostenido y la ampliación de su ecosistema de socios, monday.com reafirma su compromiso con el desarrollo de la digitalización empresarial en LATAM, facilitando herramientas innovadoras para la optimización del trabajo y la gestión de proyectos en la región.

Pure Storage renueva su programa para socios con enfoque en transformación tecnológica



Amy Fowler, Gerente General Comercial de Pure Storage.

Pure Storage, líder global en tecnologías avanzadas de almacenamiento de datos, anunció la actualización de su programa para socios revendedores. Este nuevo enfoque busca maximizar la rentabilidad de los socios al permitirles liderar la transformación del almacenamiento de datos y ofrecer soluciones personalizadas para desafíos tecnológicos actuales, como la inteligencia artificial y la resiliencia cibernética.

“Pure Storage está profundamente comprometido con impulsar el éxito compartido con sus socios y estamos entusiasmados de ofrecer una experiencia renovada que posicione a los socios para un crecimiento exponencial”, dijo Amy Fowler, Gerente General Comercial de Pure Storage.

En un panorama tecnológico en rápida evolución, marcado por el auge de la inteligencia artificial y los modelos de consumo escalables, las organizaciones demandan marcos modernos de almacenamiento de datos. Pure Storage ha diseñado un programa que posiciona a los socios para satisfacer estas demandas mediante soluciones adaptadas a las crecientes necesidades de los clientes.

Entre las principales novedades del programa se incluyen:

- Capacitación orientada a soluciones: Cursos a demanda y campamentos presenciales que mejoran las competencias de los socios, permitiéndoles desempeñar un rol clave como asesores de confianza.
- Incentivos financieros: Nuevas recompensas y descuentos que aceleran la transición de los clientes hacia la tecnología flash, dejando atrás el almacenamiento en disco obsoleto.
- Recursos únicos: Herramientas como Pure Partner Intelligence, Pure Realize y el nuevo Acuerdo Maestro de Servicios Digitales (DPMSA) automatizan procesos clave, optimizando la eficiencia operativa.

El programa está diseñado para abordar áreas como:

- Optimización de la nube híbrida: Movilidad fluida, optimización de costos y resiliencia en entornos híbridos.
- Infraestructura para IA: Soluciones que unifican datos para acelerar el aprendizaje y la inferencia de IA.
- Ciberresiliencia: Estrategias escalonadas para proteger datos antes, durante y después de ciberataques.
- Aplicaciones modernas: Automatización y unificación de datos en entornos locales, de nube pública y nube híbrida.

Récord de empleo en el sector IT en CABA



El sector de las nuevas Tecnología de la Información (IT) en la Ciudad de Buenos Aires continúa demostrando su fortaleza y dinamismo, alcanzando un récord de empleo y un notable crecimiento en facturación durante el primer semestre de 2024.

Según el informe Monitor TIC, realizado por el Polo de Tecnología Informática de Buenos Aires junto al Ministerio de Desarrollo Económico de la Ciudad, el sector tecnológico creció un 3,2% en cantidad de empleos comparado con el mismo período del 2023, llegando a 101.870 empleos.

La industria IT se consolida como un pilar fundamental de la economía porteña, con más de 3.500 empresas operando, de las cuales más del 96% son pequeñas y medianas empresas. La facturación del sector alcanzó los \$8.185 mil millones, con un crecimiento real del 14,4% respecto al primer semestre de 2023. Además, el sector IT representa el 3,4% de las ventas totales de la Ciudad y un notable 87,4% de la facturación del sector a nivel nacional.

Marcelo Di Chena, presidente del Polo IT de Buenos Aires, destacó que “durante el primer semestre del 2024, el sector IT generó 3.155 nuevos puestos de trabajo respecto al mismo periodo en 2023, alrededor de 525 nuevos puestos de trabajo mensuales”. A pesar de una leve atenuación en la curva de cre-

cimiento, este resultado es significativo en un contexto complejo, demostrando la capacidad del sector para generar empleo.

El sector IT también tiene un impacto importante en las exportaciones de la ciudad. Representó el 28,9% de las exportaciones de servicios de la CABA y el 27,7% del total de exportaciones de la Ciudad. Durante el primer semestre de 2024, las exportaciones del sector IT totalizaron 1.226 millones de dólares.

En el primer semestre de 2024, el salario promedio del sector IT fue de alrededor de \$2.149.132 (incluyendo SAC semestral y bonos), un 65,3% más alto que el promedio de salarios de la Ciudad. En julio de 2024, el salario bruto medio más alto correspondió al perfil de Desarrollo, alcanzando \$1.710.000 en empresas pymes y \$2.692.000 incluyendo grandes compañías. Además, se ha observado un avance en la inclusión de mujeres en el sector, con un aumento en la participación femenina del 34,7% al 35,6%.

Nicolás Zaballa, subsecretario de Inversiones de la ciudad de Buenos Aires, expresó: “El crecimiento sostenido del sector TIC en Buenos Aires refleja tanto la capacidad de innovación y adaptación de nuestras empresas, como nuestro compromiso con la creación de un entorno propicio para el desarrollo tecnológico”.

Partner Excellence Awards: SAP reconoció a sus socios en la Región



En el marco de su evento Partner Kick-off Meeting, SAP, líder en aplicaciones empresariales e inteligencia artificial aplicada a los negocios, llevó a cabo la edición 2024 de sus Partner Excellence Awards. En esta instancia, la compañía reconoció el desempeño sobresaliente de sus socios estratégicos en Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay, Perú y Uruguay.

Los premios fueron otorgados a empresas que destacaron en diversas categorías, tales como ventas, innovación, tecnología, servicios y soluciones especializadas. La selección de los ganadores se basó en datos internos de ventas proporcionados por SAP y en la evaluación de un comité directivo que consideró logros comerciales y desempeño general.

Ganadores de los SAP Partner Excellence Awards 2024 en la Región Sur:

- Partner Excellence 2024 – Mejor Desempeño: BCI Consulting
- Partner Excellence 2024 – Innovación: Seidor Chile
- Partner Excellence 2024 – Partner driven: Infocenter
- Partner Excellence 2024 – Socio Estratégico Global de Servicios: IBM Chile
- Partner Excellence 2024 – Lealtad del cliente: Seidor Argentina
- Partner Excellence 2024 – Excelencia en la entrega: Seidor Chile

- Partner Excellence 2024 – SAP Store Endorsed: DataXstream
- Partner Excellence 2024 – Solution extensions: MSG
- Partner Excellence 2024 – Proveedor de Managed Service: BIT
- Partner Excellence 2024 – Generación de Demanda: BCI Consulting
- Partner Excellence 2024 – RISE with SAP S/4HANA Cloud: AutomationUI
- Partner Excellence 2024 – SAP S/4HANA Cloud Public Edition: Chain Services TI
- Partner Excellence 2024 – SAP S/4HANA Programa de Evolución del Cliente: AutomationUI
- Partner Excellence 2024 – SAP Business Technology Platform: BCI Consulting
- Partner Excellence 2024 – Soluciones de Digital Supply Chain: BCI Consulting
- Partner Excellence 2024 – Soluciones de SuccessFactors: Seidor Argentina
- Partner Excellence 2024 – Soluciones de Experiencia del Cliente: Method Tech and Dev SAS
- Partner Excellence 2024 – Soluciones de Gestión Inteligente de Gastos y Red de Negocios: SNP Chile
- Partner Excellence 2024 – SAP Business One: Seidor Argentina
- Partner Excellence 2024 – Generación de nuevos clientes SAP Business One: Seidor Argentina

Fuerte crecimiento del mercado global de tablets en 2024

Según los últimos datos de Canalys, el mercado global de tablets ha experimentado un notable crecimiento en 2024, con un aumento del 9.2% en los envíos totales en comparación con el año anterior, alcanzando los 147.6 millones de unidades. Este crecimiento, que marca una saludable recuperación tras los bajos niveles de 2023, se observó en todas las regiones, excepto en Norteamérica.

El mercado de tablets está mostrando signos de revitalización, especialmente en el ámbito comercial. “A medida que el mercado de PC se orienta hacia un ciclo de renovación comercial, también se observa una recuperación en la demanda de tablets”, señaló Himani Mukka, Gerente de Investigación de Canalys. De acuerdo con una encuesta reciente de Canalys, el 52% de los socios de canal que venden tablets comerciales esperan un aumento en sus ventas en 2025. Esto indica que las oportunidades de renovación se mantendrán en varios sectores a medida que se fortalezca la inversión en tecnología después de un período de restricciones presupuestarias.

Si bien se espera que las tablets de consumo tengan un rendimiento más limitado este año, existen oportunidades para que los fabricantes se enfoquen en nichos específicos. Incluso en China, donde los subsidios gubernamentales han impulsado las ventas de electrónica, las ventas de tablets experimentaron un crecimiento de un solo dígito en el cuarto trimestre de 2024. Sin embargo, se espera que el programa de subsidios se extienda hasta 2025, lo que brindará a los fabricantes más oportunidades para estimular el interés de los consumidores. En Japón, las iniciativas gubernamentales y los proyectos educativos podrían impulsar las ventas de tablets.

Las marcas chinas han tenido un fuerte desempeño en el mercado de tablets en 2024. Xiaomi lideró el crecimiento con un impresionante aumento anual del 73%, superando a Amazon y alcanzando el quinto lugar en el ranking general. Huawei también experimentó un crecimiento significativo del 29%, logrando ascender al tercer lugar. Lenovo se posicionó en cuarto lugar con 10 millones de tablets enviadas y un crecimiento inter-



anual del 12%.

En cuanto a estrategias de mercado, varias marcas están buscando consolidar su presencia a nivel mundial:

- HONOR está fortaleciendo su presencia en Indonesia y ha introducido ofertas de paquetes en el Reino Unido.
- Xiaomi lanzó su Pad 7 Pro en el cuarto trimestre y planea expandirse a 20,000 tiendas minoristas en China.
- Apple ha reafirmado su compromiso con India, un mercado clave para smartphones y PC, expandiendo su presencia y abriendo nuevas tiendas.

En el cuarto trimestre de 2024, las ventas mundiales de tablets alcanzaron los 39.9 millones de unidades, un 5.6% más en comparación con el mismo periodo del año anterior. Apple lideró el mercado con 16.9 millones de iPads enviados en el cuarto trimestre y un crecimiento del 13.8%. En todo el año 2024, Apple envió 56.9 millones de unidades con un crecimiento del 5.3%. Samsung ocupó el segundo lugar con 7.1 millones de unidades enviadas en el cuarto trimestre y un crecimiento anual del 3.9%. En todo el año 2024, Samsung envió 27.8 millones de unidades con un crecimiento del 8.2%. A pesar de la recuperación del mercado, los aranceles estadounidenses siguen siendo un riesgo que podría afectar la demanda, especialmente de los dispositivos de alta gama.

Deep fakes, fraudes y suplantación de identidades: el lado B de las tecnologías en las finanzas



Escribe

Martin Ambort

Chief Information Security Officer
(CISO) de Cloud Legion

Para las empresas de banca y seguros, innovar y avanzar en sus procesos de transformación digital es obtener el pasaporte hacia el futuro del negocio. Al mismo tiempo, se abre la puerta a toda una serie de riesgos en materia de protección de datos, aplicaciones e identidades de los usuarios.

Tanto en el caso de la nube como en el de la inteligencia artificial (IA), aparece esta arma de doble filo. El número de ataques crece de manera significativa: según un informe de Tenable, empresa especializada en ciberseguridad, el 53% de las empresas de banca y seguros sufrieron ciberataques en los últimos tres meses.

La nube es el pilar sobre el que se sostiene la innovación y la transformación digital de las empresas. Pero también es el camino para abrir la superficie de exposición al riesgo dentro de una organización. El mencionado informe indica que los principales riesgos para la infraestructura en la nube son las identidades inseguras (el 99% de las

empresas que sufrió alguna filtración de datos la menciona como la causa) y los errores de configuración, ambas situaciones que se evitan si se cuenta con el apoyo de un socio tecnológico adecuado que acompañe en el proceso de migración o de implementación de infraestructuras cloud.

Por otra parte, la IA generativa abre nuevas oportunidades de fraude y deep fakes a los atacantes: incluso un usuario común puede hoy generar con herramientas como Grok y similares imágenes, audios y videos de personajes públicos de altísima verosimilitud.

Deloitte predice que la IA generativa hará que las pérdidas por fraude crezcan un 32% anual hasta 2027, cuando acumularán, sólo en Estados Unidos, unos US\$40.000 millones. La consultora presenta el caso de una empresa con sede en Hong Kong ocurrido en enero de 2024: una empleada transfirió US\$25 millones de dólares a unos estafadores luego de que estos le dieran esa instrucción simulando ser sus colegas en una videollamada falsa. Los incidentes con deep fakes en el sector fintech aumentaron un 700% en 2023, según la misma consultora.

Tanto, que la consultora de mercado Gartner sugiere que una de las diez principales tendencias tecnológicas para este 2025 es la “seguridad de la desinformación”, una tecnología emergente que tiene, como objetivo, discernir la verdad en el ámbito virtual.

¿Pueden los bancos y las aseguradoras capturar el valor de las nuevas tecnologías y, al mismo tiempo, mitigar los riesgos? En principio, para eso, necesitan abordar tres situaciones de manera simultánea.

La primera, proteger sus datos con un estricto control de riesgos y amenazas. La segunda, que la estrategia de ciberseguridad no afecte el acceso, la funcionalidad ni la fluidez que necesita el negocio. De nada sirve mantener todo con los máximos niveles de seguridad si la operación se vuelve lenta y difícil.

Por último, es necesario lograr todo esto con personal experto, capacitado, actualizado e idóneo, cada vez más escaso en el mercado, y con costos controlados. No se trata de una tarea sencilla: el 95% de las organizaciones declara tener falta de experiencia en materia de seguridad en la infraestructura de la nube. De hecho, uno de los principales riesgos suelen ser las identidades inseguras y los problemas de configuración. Algo que puede evitarse con un socio tecnológico experto, que conozca en profundidad tanto la industria como las nuevas tecnologías.

El delicado equilibrio entre innovación y seguridad mantiene en vilo al sector financiero. Como en una partida de ajedrez, se necesita una mirada proactiva: mover las piezas antes de ser atacados y, además, anticipar cuál podría ser el próximo paso del rival.

IA, autenticidad y comunidades marcan la agenda

Interact, la asociación que nuclea a las principales agencias, consultoras y productoras del ecosistema digital en Argentina, presentó su informe anual de *Tendencias Digitales para 2025*, que a través del análisis y la opinión de referentes del sector destaca la Inteligencia Artificial como el principal factor de impacto, junto con el marketing de comunidades y la necesidad de campañas auténticas y creativas.

Julio Blanco, cofundador de Zentricx, enfatiza que la IA debe ser vista como una herramienta de Inteligencia Asistida que potencia las capacidades de los profesionales: “Dejemos de llamar a las plataformas de Inteligencia Artificial de esa manera, ya que realmente son plataformas de Inteligencia Asistida... que asisten a los profesionales”. Blanco destaca que la IA facilita la medición y el análisis de resultados, permitiendo a las agencias ajustar sus estrategias de manera más ágil y precisa.

Agustín Giménez, CSO & CoFounder en aHgency, coincide en que los agentes de IA serán un recurso fundamental, redefiniendo la segmentación de audiencias y la optimización de campañas publicitarias. “Para las agencias digitales, los agentes de IA están redefiniendo la segmentación de audiencias y la optimización de campañas publicitarias. Utilizando análisis predictivos avanzados, estos sistemas son capaces de prever tendencias de comportamiento, anticiparse a las necesidades de los consumidores y ajustar las estrategias de marketing antes de que surjan oportunidades o problemas”, afirma Giménez.

Rocío Gentile, Creative Content Manager de Somos Chili, subraya la importancia del Contenido Generado por el Usuario (CGU), pero advierte sobre la necesidad de cuidar su autenticidad. “Lo vimos en 2023, lo disfrutamos en 2024, y en 2025 sigue siendo el rey: el CGU (Contenido Generado por Usuarios). Pero ojo, este año trae un desafío: cuidar su autenticidad”, señala Gentile. Para lograrlo, propone mezclar el CGU con Contenido Generado por los Empleados (CGE), que aporta autoridad y refuerza el mensaje de la marca.

Asimismo, Diego Villanueva, cofundador y General Manager de Gennial, remarca: “En 2025, el marketing basado en comunidades será esencial para construir lealtad de largo plazo. En un momento donde las experiencias personalizadas y la autentici-



Josefina Casellas, Martín Rabaglia, Rocío Gentile y Agustín Giménez.
Sebas Yumatle, Martín Núñez, Julio Blanco y Diego Villanueva.

dad son prioridad, apostar por las comunidades significa volver al origen del marketing: conectar con las personas desde sus emociones, intereses y valores compartidos”.

Martín Rabaglia, CEO de Genosha, señala que la saturación digital está llevando a un éxodo hacia experiencias reales y significativas. “Las marcas y creadores enfrentan un nuevo paradigma: ya no basta con tener presencia digital; deben construir experiencias que ‘peguen en la cara’, que sean reales y significativas”. Por su parte, Sebas Yumatle, fundador y director de Súper explica: “La cantidad de decisiones que toma hoy un marketer se multiplicó... Por eso, los equipos multidisciplinares que combinen tecnología, creatividad y propósito son una necesidad”.

Martín Núñez, Head of Storytelling en Amplifica, agrega que “En 2025, los cambios (¿evolución?) en los algoritmos de las principales redes sociales marcarán una transformación significativa en la forma en que se produce, distribuye y consume contenido. La relevancia y potencial viral ya no dependerán exclusivamente del timing, o del tiempo real, sino de su capacidad para mantener relevancia a lo largo del tiempo”.

Por último, Josefina Casellas, VP ECD & General Manager SSLATAM de R/GA, enfatiza que “Cuando hablamos de diseño inclusivo y accesibilidad, estamos hablando de una forma de mirar. De poder plantear el desarrollo de productos y plataformas digitales para que puedan ser utilizadas por la mayor cantidad de personas posible, no importa sus capacidades o conocimientos”.

En búsqueda del talento IT: ¿qué cursos y carreras demandan las empresas?



Escribe

Marina Yamila Riquelme

People Experience Analyst de
redbee

Las áreas más demandadas continúan ligadas a la tecnología, los datos y la innovación. En 2025 tomarán aún más fuerza las carreras relacionadas con el desarrollo de software, la ciencia de datos, la ciberseguridad y la Inteligencia Artificial. Además, las habilidades como la gestión de proyectos bajo metodologías ágiles y el conocimiento de herramientas de colaboración en equipos globales serán un “must”.

Más allá de lo técnico, es de gran importancia desarrollar a través de algún curso o certificación las habilidades blandas, como liderazgo, comunicación efectiva y resolución de conflictos, que complementan el perfil técnico y son altamente valoradas.

Los bootcamps son una gran opción

a la hora de adquirir habilidades y conocimientos específicos para poder insertarse rápidamente en el mercado laboral. En IT, los más relevantes son: Desarrollo Full Stack; DevOps y Cloud Computing; Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial (Python, R, SQL y machine learning); Ciberseguridad; UX/UI y Metodologías Ágiles y Scrum Master.

A nivel universitario, las carreras que más se alinean con las tendencias futuras son: Ingeniería en Sistemas/Computación; Ciencia de Datos y Estadística; Ingeniería en Ciberseguridad; Diseño de Experiencia de Usuario (UX/UI); o carreras como Management con enfoque en tecnología o Innovación Digital para poder combinar conocimientos de negocio con tecnología. Asimismo, los posgrados y las maestrías son muy demandados en roles de liderazgo estratégico.

¿Qué esperan los estudiantes?

Hoy en día, los estudiantes que están iniciando su formación en carreras de grado buscan flexibilidad, innovación y propósito en lo que hacen. El interés principal de los estudiantes pasa principalmente por:

- Tener espacios de educación prácticos y flexibles: Prefieren métodos de aprendizaje dinámicos como boot camps, cursos online y proyectos prácticos que permiten a los estudiantes poner en práctica rápidamente los conocimientos teóricos.
- Relacionados con tecnologías emergentes: Se interesan por IA, blockchain, realidad virtual y aumentada.
- Balance vida-trabajo: Quieren empresas que valoren la diversidad, el bienestar integral y ofrezcan flexibilidad laboral.
- Propósito social: Buscan proyectos y carreras que generen impacto, como desarrollo sostenible o tecnología aplicada a la salud y la educación.

Por otro lado, si hablamos de formación en cuanto a maestrías y posgrados, los estudiantes buscan programas que ofrezcan flexibilidad, con jornadas híbridas o part-time que permitan balancear estudio y trabajo, con enfoque en áreas emergentes como tecnología, sostenibilidad, y negocios digitales. También valoran la conexión con empresas líderes, redes de contactos sólidas y un claro retorno de la inversión.

Gualeguaychú será el primer municipio argentino en contar con una Academia Huawei



El intendente de Gualeguaychú, Mauricio Davico, lideró una reunión para impulsar la creación de la ICT Academy Huawei, un centro de formación en inteligencia artificial, 5G y ciberseguridad, dirigido a estudiantes, trabajadores y sectores productivos. La iniciativa tiene como objetivo capacitar a 2.000 personas y fortalecer la digitalización en diversos sectores productivos.

Davico celebró la noticia, destacando que Gualeguaychú será el primer municipio argentino en tener una Academia Huawei, que otorgará títulos certificados a nivel mundial. Además, subrayó que estas herramientas brindarán oportunidades y un mejor desarrollo profesional a los ciudadanos de Gualeguaychú, quienes podrán formarse en cursos y diplomados de nivel internacional.

Gustavo Costanzo, responsable del Centro de Desarrollo del Conocimiento, mencionó que desde diciembre se han estado gestionando capacitaciones ofrecidas por Huawei desde su plataforma digital, incluyendo una capacitación en inteligencia artificial y otra sobre el uso del 5G. La creación de la ICT Academy Huawei en Gualeguaychú es resultado de estas gestiones.

Durante la jornada, se discutieron temas como tecnología

y turismo, tecnología y pymes, así como la posible participación de Huawei en un foro educativo y una expo tecnológica que se llevarán a cabo este año. También se abordaron concursos informáticos y el desarrollo de las TICs en la región.

Federico Forastier, gerente de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social de Huawei Argentina, explicó que Huawei Academy es un programa global presente en 110 países, con más de 2.600 universidades, 11.000 instructores y 200.000 estudiantes. La plataforma ofrece capacitaciones que se actualizan constantemente, con 30 cursos disponibles en español y más por venir, reflejando la creciente presencia de Huawei en Latinoamérica.

Forastier detalló que se comenzará con cursos generales para alcanzar a la mayor cantidad de personas, pero se está considerando ofrecer capacitaciones específicas para sectores clave en la región como el agro y la hotelería. Juan Bonora, vicepresidente de Huawei Argentina, anunció el lanzamiento de la Academia Huawei para capacitar a 2.000 personas en ciberseguridad, inteligencia artificial, procesamiento de datos y 5G. Bonora destacó el enfoque de Huawei en la generación de talento, resaltando que la tecnología es inútil si no se sabe cómo utilizarla.

