

canal AR

www.canal-ar.com.ar

Ed. 17 / Ene.26

canal AR



EL MERCADO IT
SE REORDENA

ENTREVISTA CON ARIEL DAVIS,
DIRECTOR COMERCIAL DE COVEN

POR DARIO BRICARO

canal AR

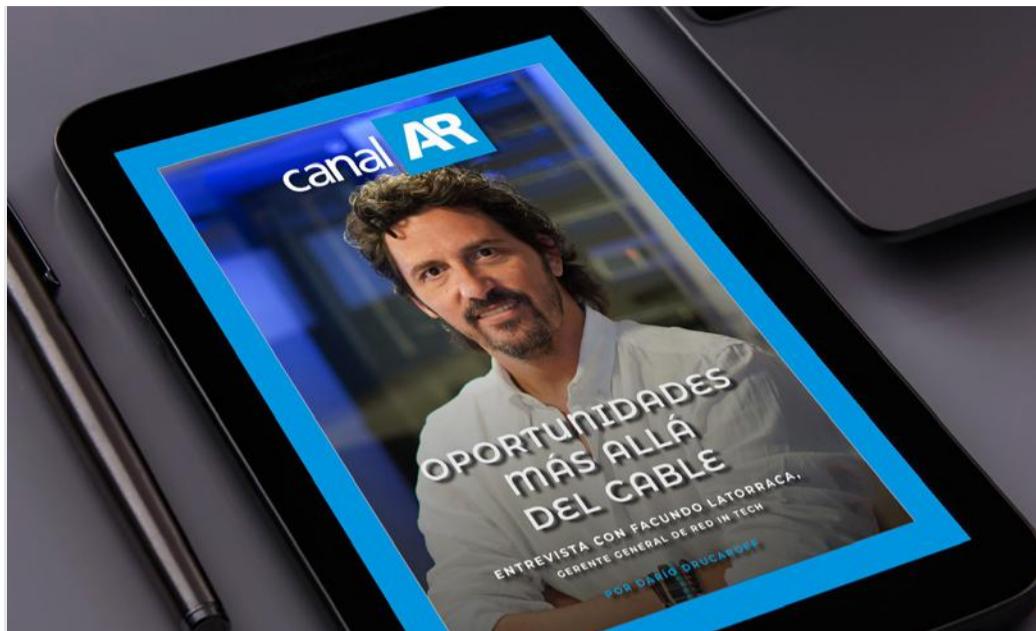
GRUPO DATCO
CONSOLIDÓ SU
EXPANSIÓN REGIONAL

HORACIO MARTÍNEZ
CEO DE GRUPO DATCO

OPORTUNIDADES MÁS ALLÁ DEL CABLE

ENTREVISTA CON FACUNDO LATORRACA,
GERENTE GENERAL DE RED IN TECH

EN ESTA EDICIÓN



Iniciamos el 2026 con la Edición 17 de la Revista Digital CanalAR, un número que captura un momento de madurez y reordenamiento estratégico para el ecosistema tecnológico argentino. Tras un 2025 marcado por el salto hacia la inteligencia artificial, este nuevo año se presenta como el escenario ideal para transformar esa potencia en productividad real y servicios de alto valor.

Nuestras entrevistas centrales reflejan esta visión de crecimiento y especialización. Ariel Davis, Director Comercial de Ceven, nos explica cómo el mercado IT se está reordenando bajo una mayor racionalidad en la inversión. Por su parte, Horacio Martínez (CEO de Grupo Datco) celebra un cierre de 2025 con ingresos superiores a los USD 162 millones, consolidando una expansión regional que ya alcanza siete países. Asimismo, conversamos con Facundo Latorraca, Gerente General de Red In Tech, quien en el décimo aniversario de la firma detalla las "oportunidades más allá del cable", liderando proyectos de ciberseguridad, energía y videoconferencia en todo el país.

La innovación tecnológica sigue marcando el pulso con lanzamientos de peso: Intel debutó en el CES 2026 con los procesadores Core Ultra Serie 3 fabricados en 18A, mientras que AMD refuerza su liderazgo en IA y gaming con los nuevos Ryzen AI Serie 400. En el ámbito del hardware, HP lanza su nueva generación de PCs IA para redefinir el equilibrio entre vida personal y laboral, y LG apuesta al "Hogar sin Trabajo" con su robot doméstico CLOiD.

El dinamismo del canal se manifiesta en alianzas estratégicas como el desembarco de ViewSonic en Elit para potenciar el mercado de imagen y el acuerdo de Licencias OnLine con Virtuozzo para impulsar servicios de nube alternativa. También exploramos el impacto de Wi-Fi 7 en las redes empresariales de la mano de Logicalis, la revolución de las pantallas láser de Epson junto a Air Computers y las oportunidades del punto de venta en 2026 de la mano de Pablo Seltzer, CEO de Netpoint.

Esperamos que estos contenidos les brinden la claridad y la visión estratégica necesarias para liderar este 2026. ¡Que disfruten la lectura!

DARIO DRUCAROFF
DIRECTOR GENERAL

Stylus®

Te lleva al Mundial de Fútbol FIFA 2026



¿Estás listo para ser 1
de los 11 titulares que viajan?

TABLA DE CONTENIDOS

06



Google en el
NRF

08



OPORTUNIDADES
MÁS ALLÁ
DEL CABLE

ENTREVISTA CON FACUNDO LATORRACA,
GERENTE GENERAL DE RED IN TECH

POR DARIO DRUCAROFF

12



GRUPO DATCO
CONSOLIDA SU
EXPANSIÓN REGIONAL

HORACIO MARTÍNEZ
CEO DE GRUPO DATCO

16



EL MERCADO IT
SE REORDENA

ENTREVISTA CON ARIEL DAVIS,
DIRECTOR COMERCIAL DE CEVEN

POR DARIO DRUCAROFF

14



Oportunidades
del punto de
venta en 2026

20



Wi-Fi 7
redefine las
redes

22



ViewSonic
desembarca en
Elit

23



Pantallas láser
Epson

24



Licencias On-
Line y Virtuozzo

25



Predicciones
2026 para el
canal

26



ABB: hito en
sustentabilidad

27



Intel Core Ultra
Serie 3

28



Nueva
generación de
soluciones AMD

29



HP: nueva
generación de
PCs IA

30



Lenovo en
CES 2026

31



Nuevas gafas
AR ROG

32



LG: "Hogar sin
Trabajo"

33



4 olas de la IA

34



Lince: la apues-
ta de Santa FE
en seguridad

35



CABA expande
TUMO

Google impulsa una revolución en el comercio con IA en la National Retail Federation

En la National Retail Federation (NRF) 2026 —la feria anual de retail más importante del mundo— Google presentó un conjunto de innovaciones tecnológicas que prometen transformar la experiencia de compra de los consumidores y la forma en que los retailers operan en la era de la inteligencia artificial. Los anuncios, liderados por el CEO de Google y Alphabet, Sundar Pichai, se centran en cómo la compañía está colaborando con el sector para crear soluciones que abarcan desde la investigación de productos hasta el pago final, con IA como motor principal de esta nueva etapa.

Según Sundar Pichai, "vivimos un momento dinámico para todas las industrias, especialmente el retail, debido a la era de la inteligencia artificial", y destacó que Google está ampliando sus asociaciones con retailers para mejorar la experiencia de compra "de punta a punta". Esta estrategia incluye herramientas que permiten a los comercios no solo recomendar productos, sino facilitar compras completas y personalizadas directamente dentro de los entornos de IA de Google".

Uno de los anuncios principales fue el lanzamiento del Universal Commerce Protocol (UCP), un protocolo de código abierto diseñado para estandarizar cómo las IA interactúan con los sistemas de comercio electrónico a lo largo de toda la experiencia de compra. UCP permite que diferentes agentes y plataformas comuniquen información de manera uniforme, desde la búsqueda de productos hasta el pago y el seguimiento post-venta. Este estándar fue desarrollado en colaboración con grandes actores de la industria como Shopify, Walmart, Target, Etsy y Wayfair, y cuenta con el apoyo de más de 20 empresas globales del ecosistema de comercio y pagos.

"Creemos que el comercio del futuro necesita estándares abiertos. El Universal Commerce Protocol permite que los retailers mantengan el control de la relación con sus clientes, mientras aprovechan todo el poder de la inteligencia artificial", dijo Pichai.



El CEO de Google y Alphabet, Sundar Pichai, en el NRF 2026.

Gracias a UCP, los usuarios podrán ver botones de compra directamente en Google Search y dentro de la app Gemini, lo que permitirá realizar compras sin salir del entorno conversacional de IA. Bajo este modelo, los retailers conservan el rol de "merchant of record", manteniendo el control de la relación con sus clientes mientras aprovechan las capacidades de los agentes inteligentes.

Otro pilar del anuncio de Google fue la presentación de Gemini Enterprise for Customer Experience, una suite de herramientas para que las empresas puedan integrar experiencias de IA avanzadas en sus procesos de atención, búsqueda y comercio. Esta plataforma —disponible en versión previa— permite que los retailers creen asistentes inteligentes capaces de guiar a los clientes desde la exploración de productos hasta el servicio post-venta, integrando funciones de búsqueda asistida, chat interactivo y recomendaciones personalizadas dentro de una misma interfaz.

Pichai explicó que estos agentes van más allá de los chatbots tradicionales, actuando como "vendedores virtuales" capaces de responder consultas complejas y ofrecer sugerencias útiles, lo que puede mejorar la conversión y la satisfacción del cliente.



POWERVALUE 11T G2

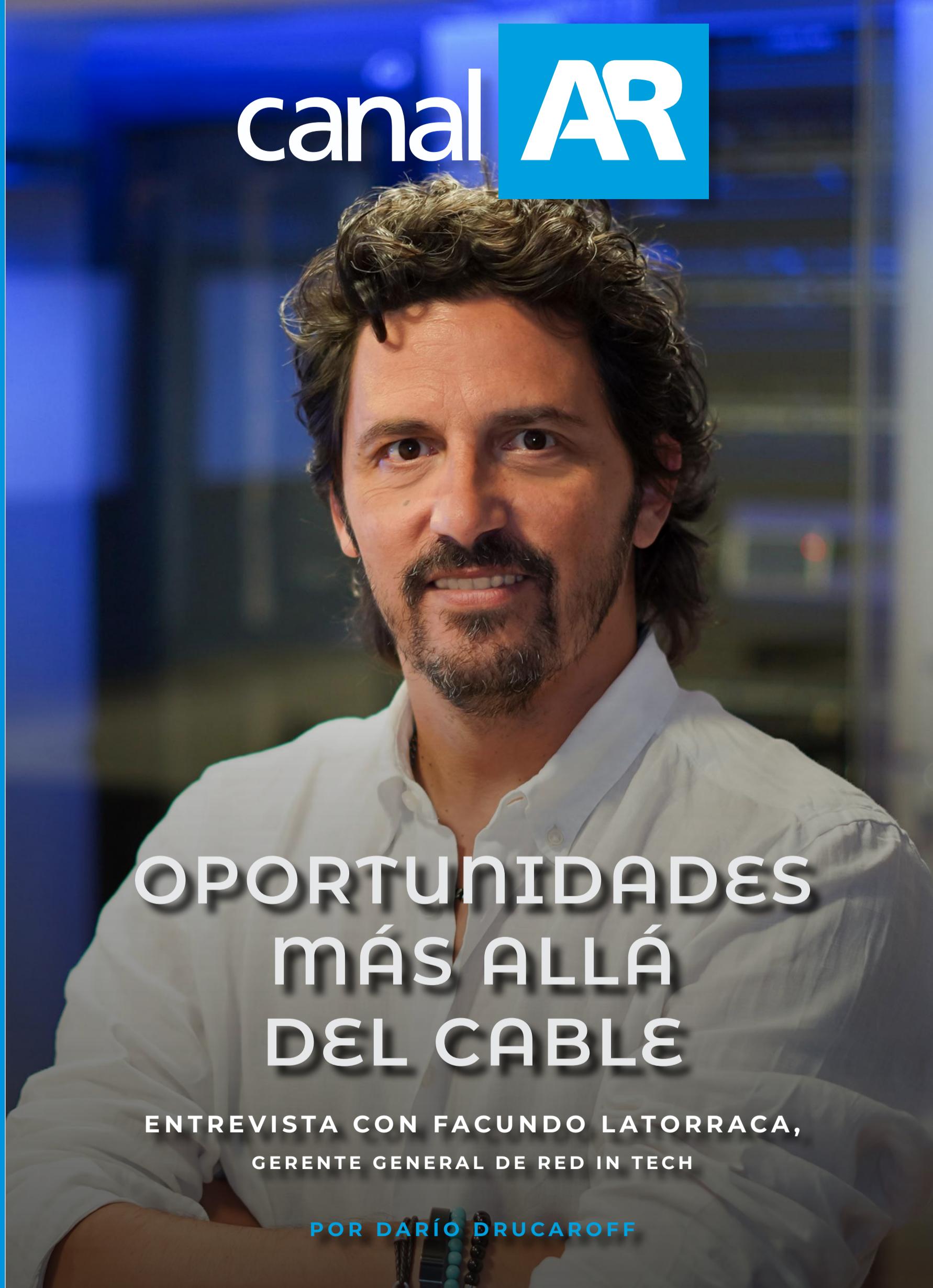
Una solución eficiente para la máxima protección.
UPS de 1 kVA a 10 kVA para aplicaciones monofásicas críticas.



ENGINEERED
TO OUTRUN

Distribuidores
oficiales |





canal **AR**

OPORTUNIDADES mÁS ALLÁ DEL CABLE

ENTREVISTA CON FACUNDO LATORRACA,
GERENTE GENERAL DE RED IN TECH

POR DARÍO DRUCAROFF

Oportunidades más allá del cable. Entrevista con Facundo Latorraca, de Red In Tech

Desde su nacimiento en 2015, Red In Tech ha recorrido un camino de aprendizaje, surgiendo originalmente como un *spinoff* estratégico de la empresa CDT para que ésta pudiera cumplir con los requisitos de la Ley de Software en Argentina. Lo que comenzó como un área especializada en infraestructura física se ha transformado, bajo el liderazgo de su Gerente General, Facundo Latorraca, en un integrador de soluciones tecnológicas de punta que hoy celebra una década de innovación y crecimiento sostenido.

Este aniversario no es solo una cifra: llega en un momento de consagración tras haber sido distinguidos como el "Service Partner of the Year" por Logitech para toda la región, un hito que posiciona a la empresa argentina como el socio más importante desde México hacia el sur.

En el marco del festejo por la primer década, realizado en Puerto Madero, conversamos con Latorraca sobre la evolución de la firma, que pasó de vender "cableado estructurado con garantías de 25 años" a liderar proyectos críticos de ciberseguridad, energía y videoconferencia para las principales empresas de salud, bancos y empresas del país. Con una nómina que ya supera los 50 colaboradores y una capilaridad que alcanza desde la Capital hasta Río Gallegos, Red In Tech demuestra que la clave del éxito reside en la cercanía con el cliente y la capacidad de anticiparse a las necesidades de un mercado en constante mutación. A continuación, la charla a fondo con quien timonea esta historia.

— Red In Tech nació de una necesidad muy específica. ¿Cómo recordás esos inicios en 2015?

— El inicio se dio incluso antes de la fundación formal. Éramos un área de infraestructura dentro de CDT que crecía tanto que ponía en riesgo la ecuación de facturación requerida por la Ley de Software de aquel entonces. En 2015 se decidió hacer el spinoff y ahí me sumé yo para empezar Red In Tech desde cero. Éramos una empresa de cableado estructurado puro, trabajando

con marcas como CommScope. De hecho, hoy somos la empresa en Argentina con mayor cantidad de garantías emitidas de esa marca; entregamos certificaciones por 25 años, lo cual es un diferencial enorme que evalúa nuestra mano de obra de manera externa.

— Pasar de vender cableado, que es algo muy tangible, a soluciones integrales debió ser un desafío. ¿Cómo fue esa transición?

— Vender un cable es como vender un colchón: una vez que lo hiciste, el cliente no vuelve por unos cuantos años a menos que cambie su oficina. Empecé a ver que en las puntas de ese cable había un mundo de servicios, configuraciones y productos que fallaban o necesitaban mantenimiento. Así fuimos armando desde cero un ecosistema que hoy incluye networking, switches, firewalls, ciberseguridad y energía. Hoy podemos hacer un "llave en mano" completo, desde los datos hasta las UPS. Trabajamos con aliados de peso como HPE Aruba, Fortinet, Sophos, Vertiv y Avaya.

"EMPECÉ A VER QUE EN LAS PUNTAS DE ESE CABLE HABÍA UN MUNDO DE SERVICIOS, CONFIGURACIONES Y PRODUCTOS QUE FALLABAN O NECESITABAN MANTENIMIENTO".

— Mencionaste un hito reciente muy importante con Logitech. ¿Qué significó ese premio para ustedes?

— El año pasado fuimos galardonados como el *Partner of the Year* de Logitech para toda la región. Fuimos el socio más importante desde México hacia abajo. Esto se

dio, en gran parte, gracias a un proyecto masivo donde vendimos e instalamos 110 salas de videoconferencia en Argentina, sumando la solución de servicio "Select". Este software permite el monitoreo y extiende la garantía, algo que antes no se usaba tanto en audio y video, pero que para los equipos de IT es fundamental.

"LA POSPANDEMIA FORTALECIÓ VERTICALES COMO LA CIBERSEGURIDAD Y LA VIDEOCONFERENCIA, PORQUE LAS EMPRESAS ENTENDIERON QUE DEBÍAN DAR LOS MISMOS SERVICIOS EN LA CASA QUE EN LA OFICINA".

— ¿Cómo logran dar soporte a proyectos de esa envergadura en un país tan extenso?

— Hoy somos más de 50 personas en la empresa y tenemos cobertura en todo el país. Esa granularidad es la que nos permite, por ejemplo, dar soporte a varios bancos y gestionar diversas soluciones de cartelería digital en cada rincón del mapa, incluso en lugares como Río Gallegos. Recientemente terminamos un recambio tecnológico muy grande en la empresa de Salud más grande de Argentina, renovando switches y puntos de acceso (APs) en todo el país. El desafío allí no es solo tecnológico, sino logístico, y para eso nos apoyamos mucho en distribuidores como Dacas, que representa casi el 80% de nuestra operación, y Seytech.

— El contexto económico argentino siempre es un factor. ¿Cómo cerraron este último año y qué ven para el

2026?

— Este año fue excelente, quizás uno de los mejores de nuestra historia, no solo en lo económico sino también en el crecimiento de nuestra nómina. La pospandemia fortaleció verticales como la ciberseguridad y la videoconferencia, porque las empresas entendieron que debían dar a su personal los mismos servicios en la casa que en la oficina, pero de forma segura. Para el próximo año ya estamos iniciando con mucha fuerza y con proyectos en carpeta para el primer cuatrimestre. Esperamos que el contexto acompañe, pero seguimos apostando fuerte.

— Mirando hacia el futuro, ¿dónde estará el foco de Red In Tech en los próximos diez años?

— En tecnología es difícil pensar a diez años, ¡a veces no podemos pensar a dos!. Pero tengo claro que la ciberseguridad seguirá siendo el gran eje; ya no es solo un problema de los bancos, sino de todos. Queremos que cada dispositivo, hasta una cámara conectada, sea parte de una infraestructura saludable y segura. Y, por supuesto, no podemos ser ajenos a la Inteligencia Artificial; está llegando y tenemos que saber dónde integrarla. El desafío es no quedarse con lo que ya sabemos hacer, sino animarse a seguir creciendo y desafiando proyectos nuevos.

"EL DESAFÍO ES NO

QUEDARSE CON LO QUE YA

SABEMOS HACER, SINO

ANIMARSE A SEGUIR

CREENDO Y DESAFIANDO

PROYECTOS NUEVOS".

CX | SMART TV



DISEÑO FRAMELESS

Bordes ultrafinos que maximizan la imagen



ANDROID TV

Miles de apps, Google Assistant y Chromecast



SONIDO ENVOLVENTE

Tecnología Dolby para una experiencia más inmersiva

55" UHD 4K

43" FULL HD



32" FULL HD



www.air-computers.com

Rosario
San Nicolás 1450
+54 (341) 438 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

canal AR



GRUPO DATCO
CONSOLIDADA SU
EXPANSIÓN REGIONAL

HORACIO MARTÍNEZ
CEO DE GRUPO DATCO

Grupo Datco consolida su expansión y supera los USD 162 millones en ingresos durante 2025

Grupo Datco, actor regional especializado en servicios de provisión de infraestructura, consultoría y gestión integral de proyectos de tecnología y comunicaciones, cerró el año 2025 con ingresos consolidados superiores a los USD 162 millones, lo que representa un crecimiento orgánico del 13% respecto al año anterior.

Este desempeño confirma la solidez de su modelo de negocio y marca un nuevo hito en su estrategia de regionalización y diversificación del portafolio tecnológico, orientada a desacoplar la evolución de la compañía de la volatilidad económica argentina.

Internacionalización como motor de crecimiento

Uno de los principales impulsores del resultado fue el desempeño en mercados internacionales, que en 2025 representaron más del 35% de los ingresos totales. Este avance permitió fortalecer la estructura operativa del grupo y reducir su exposición a los ciclos económicos locales.

En este contexto, Chile se destacó como un mercado clave, con crecimientos de dos dígitos en todas las unidades de negocio. Sobresalieron los resultados de la unidad de licenciamiento, desarrollo, consultoría y servicios profesionales, así como el desempeño del negocio de impresión y gestión documental de Xerox y los servicios de infraestructura y comunicaciones de fibra óptica de Silica Networks.

Alianzas estratégicas y foco en alto valor

El crecimiento de Grupo Datco también estuvo impulsado por la maduración de su área de consultoría y licenciamiento, donde profundizó alianzas con partners tecnológicos globales como Microsoft, Oracle, SAP, IBM, Red Hat y Vertiv, entre otros.

En paralelo, la compañía reforzó su enfoque en segmen-

tos verticales de mayor valor agregado, consolidando su posicionamiento histórico como proveedor estratégico de soluciones para grandes empresas y organizaciones en América Latina.

Expansión de infraestructura digital en la región

En materia de infraestructura digital, 2025 fue un año de expansión para Silica Networks. La compañía avanzó con nuevos tendidos de fibra óptica en Chile y Argentina, fortaleciendo una red regional que ya supera los 16.500 km de extensión.

Esta expansión consolidó servicios de comunicaciones de alta capacidad, conectando nodos estratégicos en Argentina, Chile, Brasil y Paraguay, y posicionando al grupo como un actor clave del transporte de datos transfronterizo, con un diferencial basado en redundancia y baja latencia en el corredor Atlántico-Pacífico. Asimismo, el período estuvo marcado por el crecimiento del área de deployment de infraestructura, a partir de contratos para la construcción y mantenimiento de redes de fibra óptica, instalación de radios y construcción de sitios para terceros.

Visión estratégica y perspectivas para 2026

“En 2001, antes de las adquisiciones y la crisis global de la industria tecnológica, Grupo Datco tenía apenas 200 colaboradores y operaciones limitadas a Argentina. Hoy, con presencia en siete países y cerca de 1.000 colaboradores, celebramos haber apostado por la regionalización”, señaló Horacio Martínez, CEO de Grupo Datco.

De cara a 2026, la compañía proyecta un escenario positivo, con un crecimiento estimado del 8% en ingresos locales y del 15% en mercados internacionales, impulsado por la exportación de consultoría, desarrollo y servicios profesionales desde Argentina hacia otros países de habla hispana.

Desafíos y oportunidades para el canal IT en el punto de venta hacia 2026



Escribe

Pablo Seltzer

CEO de Netpoint

El punto de venta ya cambió. La tecnología necesaria ya está disponible, madura y probada. El verdadero desafío de cara a 2026, entonces, ya no es técnico, sino estratégico: cómo el canal IT deja de vender simplemente productos para entregar verdaderas soluciones integrales que tengan impacto en el negocio de los clientes.

Durante años, el POS fue sinónimo de hardware. Hoy, retailers, cadenas gastronómicas, integradores y empresas de servicios esperan algo muy distinto de esta solución: integración, experiencia de usuario y acompañamiento. No buscan solamente una terminal confiable, sino soluciones realmente completas que incluyan:

- Tanto hardware como software integrados
- Servicios de implementación e instalación
- Soporte, mantenimiento y capacitación
- Conocimiento del negocio y mirada

consultiva

Este cambio de expectativas obliga a todo el canal IT a profesionalizar su propuesta y a correrse de una lógica puramente transaccional para atender las reales necesidades de sus clientes.

A esto se suma una realidad ineludible: la presión sobre los márgenes. Competir solo por precio ya no es sostenible.

El diferencial hoy pasa por el valor agregado y por la capacidad de ofrecer proyectos “llave en mano”, donde el canal se posiciona como integrador y asesor, no solo como proveedor.

Las oportunidades están claras y activas. La modernización del punto de venta avanza en múltiples verticales impulsada por:

- Autoservicio y digitalización de procesos
- Omnipresencia
- Integración con sistemas de gestión y analítica
- Nuevas aperturas y actualizaciones tecnológicas

Cada uno de estos ejes representa proyectos concretos que ya pueden implementarse con tecnologías disponibles en el mercado.

También cambia el alcance del POS.

Hoy incluye:

- Kioscos de autoservicio
- Pantallas y cartelería digital
- Scanners, balanzas y soluciones móviles
- Dispositivos diseñados para experiencias específicas

Para el canal, esto implica el hábito de una capacitación continua y la necesidad de apoyarse en socios estratégicos.

En este contexto, el rol del mayorista se vuelve clave. Ya no alcanza con la logística: el mayorista debe aportar visión, acompañamiento, armado de soluciones y detección de oportunidades, trabajando en conjunto con el canal para acelerar negocios y reducir fricciones.

Mirando hacia 2026, la conclusión es clara: las soluciones ya están listas. La diferencia la marcarán quienes entiendan que el punto de venta es un eslabón central de la experiencia del cliente y que el canal IT tiene una oportunidad única de consolidarse como proveedor de soluciones y generador de valor.

El camino exige evolución, pero para quienes estén dispuestos a dar ese paso, el punto de venta sigue siendo —y será— un espacio fértil para crecer, innovar y construir relaciones de largo plazo.

¡BAJAMOS LOS PRECIOS!

Macbook Air M2



24 GB RAM
512 GB SSD



Mayor durabilidad, menor TCO y mejor performance para equipos comerciales, operativos y ejecutivos



Rendimiento:
24GB de poder para multitasking profesional
512GB de velocidad

Seguridad:
Apple Silicon

Eficiencia:
Mayor autonomía

Sustentabilidad:
Fabricado con aluminio 100% reciclado

ADEMÁS ENROLAMOS LOS EQUIPOS EN APPLE BUSINESS MANAGER SIN COSTO



Consultá ahora



ceven.com/apple



apple@ceven.com



ceven-sa

canal AR



EL MERCADO IT SE REORDENA

ENTREVISTA CON ARIEL DAVIS,
DIRECTOR COMERCIAL DE CEVEN

POR DARÍO DRUCAROFF

El mercado IT se reordena. Entrevista con Ariel Davis, Director Comercial de Ceven

El mercado IT argentino atraviesa un proceso de transformación marcado por una mayor racionalidad en las decisiones de inversión, pero también por nuevas oportunidades ligadas a la productividad, la conectividad y los servicios. En este contexto, el rol del canal y de los mayoristas cobra especial relevancia como habilitadores de negocio y socios estratégicos para las empresas.

Para analizar el escenario actual y las perspectivas hacia 2026, CanalAR conversó con Ariel Davis, Director Comercial del mayorista IT Ceven, quien compartió su visión sobre la evolución del mercado, las tecnologías con mayor tracción, el impacto del contexto macroeconómico y los desafíos que enfrentan hoy los distribuidores y partners en Argentina.

- ¿Cómo describirías el momento actual del mercado IT en Argentina y cuáles creés que son las principales oportunidades para 2026?

- El mercado IT en Argentina está en una etapa de reordenamiento: hay más racionalidad en la inversión, ciclos de decisión más exigentes y una búsqueda clara de retorno. Al mismo tiempo, vemos una reactivación gradual en proyectos que impactan directamente en la productividad, la continuidad operativa y la experiencia del usuario. De cara a 2026 identifico tres grandes oportunidades: la modernización del puesto de trabajo con foco en eficiencia; la infraestructura de conectividad en empresas y sucursales —LAN, Wi-Fi, switching y seguridad perimetral— para soportar nuevas cargas de trabajo; y los servicios y modelos de adopción, como financiación, logística, deployment, soporte o DaaS, que hoy funcionan como aceleradores de decisión en un contexto de mayor cautela sobre el capex.

- ¿Qué líneas de negocio o tecnologías están mostrando mayor crecimiento en el canal?

- Destacaría cuatro. En primer lugar, Workplace y End User Computing, con una fuerte renovación de notebooks y equipos bajo estándares corporativos, y creci-

miento en soluciones de productividad y administración. También colaboración y comunicaciones unificadas, especialmente salas de videoconferencia, audio profesional y periféricos para el trabajo híbrido. En tercer lugar, networking para SMB y corporativos distribuidos, con Wi-Fi de nueva generación, switching y soluciones de despliegue rápido. Y, por último, seguridad y continuidad, que hoy ya no es un proyecto aislado sino un componente transversal de cualquier arquitectura.

“TRABAJAMOS CON UNA PLANIFICACIÓN DE STOCK MÁS PRECISA, ESTRATEGIAS DE PRECIOS QUE PROTEJAN MÁRGENES SIN PERDER COMPETITIVIDAD Y MODELOS DE FINANCIACIÓN QUE AYUDEN A LOS CLIENTES A DECIDIR CON MENOR INCERTIDUMBRE”.

- ¿Cómo están acompañando a los canales y partners en un mercado cada vez más competitivo y cambiante?

- Nuestro foco es habilitar negocios para los canales, no solo proveer producto. Trabajamos en tres frentes claros: capacitación comercial y técnica —desde posicionamiento y casos de uso hasta configuración y dimensionamiento—; acciones de go-to-market conjunto, con campañas, generación de demanda y soporte en oportunidades; y ejecución operativa, asegurando logística, disponibilidad, cumplimiento y servicios que reduzcan fricción. Hoy el partner necesita velocidad, previsibilidad y herramientas para competir por valor, y ahí es donde en Ceven buscamos diferenciarnos.

- ¿Qué impacto tienen la situación macroeconómica y las regulaciones locales en el negocio mayorista?

- El impacto es directo sobre costos, plazos y previsibilidad. Planificar en Argentina implica gestionar financiamiento, tipo de cambio, disponibilidad y requisitos administrativos que afectan tiempos de entrega y precios. Por eso trabajamos con una planificación de stock más precisa, estrategias de precios que protejan márgenes sin perder competitividad y modelos de financiación que ayuden a los clientes a decidir con menor incertidumbre.

- Desde tu experiencia, ¿qué soluciones están demandando hoy las empresas argentinas?

- La demanda combina distintas tecnologías, pero con una lógica clara de optimización de costos con impacto real. Se busca estandarizar el puesto de trabajo para reducir soporte y fallas, mejorar la colaboración para acelerar decisiones, integrar la seguridad en identidad, endpoint y red, y avanzar en automatización operativa de IT para crecer sin necesidad de sumar más recursos. La transformación digital continúa, pero con mucho más foco en resultados concretos.

- ¿Cómo evaluás la evolución del canal IT en Argentina y qué habilidades son clave hacia adelante?

- El canal pasó de ser revendedor a integrador. Para seguir siendo relevante necesita profundizar la venta consultiva basada en casos de uso y ROI, especializarse —no se puede competir en todo—, fortalecer la capacidad de delivery y trabajar la gestión de demanda con marketing B2B y disciplina comercial. Además, las habilidades financieras son clave para estructurar propuestas con cuotas, leasing, DaaS o esquemas híbridos. El mercado busca partners que demuestren impacto medible y velocidad de implementación.

"EL MERCADO BUSCA PARTNERS QUE DEMUESTREN IMPACTO MEDIBLE Y VELOCIDAD DE IMPLEMENTACIÓN".

- ¿Qué rol juegan hoy los servicios dentro de la propuesta del mayorista?

- Son determinantes. En Ceven vemos cuatro categorías clave: servicios financieros, logísticos, técnicos y de valor agregado. El mayorista que solo mueve cajas queda expuesto a competir únicamente por precio; el que suma servicios y entiende las necesidades reales del canal construye relaciones de largo plazo.

"AL CANAL LE DIRÍA:

ESPECIALÍCENSE, VENDAN IMPACTO

y CONSTRUYAN CAPACIDADES EN

DELIVERY, SERVICIOS Y MODELOS

COMERCIALES CON FINANCIAMIENTO".

- ¿Cómo están abordando tendencias como inteligencia artificial, data analytics o automatización?

- Desde dos enfoques: aplicación práctica y habilitación del canal. Nos concentramos en casos concretos de productividad, analytics, automatización y mejora de la experiencia del usuario. Y trabajamos en entrenamiento para que el partner pueda convertir las tendencias en propuestas con impacto medible. Internamente también usamos analítica y automatización para mejorar eficiencia comercial y operativa. La clave es bajar la tendencia a negocio.

- ¿Cuáles son los principales desafíos de un distribuidor IT hoy en Argentina?

- La previsibilidad de abastecimiento, la presión sobre márgenes, la gestión del riesgo financiero y la ejecución operativa con altos estándares. Los encaramos con planificación, disciplina comercial y financiera, y un enfoque en servicios y especialización, siempre con cercanía al partner.

- Mirando a futuro, ¿qué expectativas tenés para el mercado IT local y qué mensaje le darías al canal?

- Soy optimista para 2026. Veo un mercado que va a ordenar prioridades y acelerar inversiones en productividad, conectividad, colaboración y seguridad, con foco en proyectos rápidos y medibles. Al canal le diría: especialíicense, vendan impacto y construyan capacidades en delivery, servicios y modelos comerciales con financiamiento. En Ceven vamos a seguir apostando a un ecosistema profesional y a relaciones de largo plazo con los canales.



EBC2NYC

Lenovo & PC ARTS 2026

**Comprando Servers y Storage Lenovo en PC ARTS
del 1ero de enero al 30 de junio de 2026,
podés viajar al EBC de Lenovo en Raleigh
y a New York junto a nosotros.**

iParticipar es muy fácil!

**Juntando 200.000 millas iYa ganaste!
Y acumulando 150.000 millas
ya participás del sorteo para sumarte.**

Cada USD 1 que comprés equivale a una milla.

Wi-Fi 7: la tecnología que moverá US\$ 24.000 millones y redefine las redes empresariales

Durante los últimos años, la transformación digital se apoyó en consensos claros: trabajo híbrido, automatización de procesos, análisis de datos e inteligencia artificial. Sin embargo, muchas iniciativas fracasan o quedan a mitad de camino. No por falta de visión, sino por un factor menos visible pero crítico: redes que siguen operando, pero ya no están diseñadas para las nuevas demandas del negocio.

El problema ya no es la velocidad. En hospitales, universidades, plantas industriales, aeropuertos o grandes oficinas, el verdadero desafío es sostener alta densidad de conexiones simultáneas, aplicaciones sensibles a la latencia y un comportamiento de red predecible, todo al mismo tiempo. En ese escenario, Wi-Fi 7 deja de ser una “nueva versión” tecnológica para convertirse en una señal clara de que el modelo de diseño de red está cambiando.

Pensar Wi-Fi 7 —un mercado que proyecta ingresos por US\$ 24.000 millones hacia 2030— solo como una mejora de capacidad resulta insuficiente. La evolución apunta a redes capaces de manejar mayor densidad, menor latencia y tráfico intensivo simultáneo, pero con un enfoque distinto: arquitecturas que escalen mejor, se automaticen con mayor eficiencia y simplifiquen la operación diaria. Desde Logicalis advierten que la discusión no pasa por cuándo desplegar Wi-Fi 7, sino por las decisiones que las organizaciones toman hoy.

"El Wi-Fi tradicional se enfrenta a la saturación, precisamente por la proliferación de entidades que buscan inteligencia conectando múltiples dispositivos. Wi-Fi 7 ofrece conexiones más rápidas, eficientes y fiables, gracias a su capacidad para manejar volúmenes superiores de datos de manera simultánea", explica Miguel Horacio Laco Salaverría, Practice Manager Enterprise Networking & Mobility / Payments.

Wi-Fi 7 impulsa a repensar al menos tres ejes clave para las organizaciones de la región. El primero es la eficiencia en el uso del espectro, fundamental en entornos con miles de dispositivos conectados de forma simultánea. El segundo es la experiencia del usuario, que debe mantenerse consistente



Miguel Horacio Laco Salaverría, Practice Manager Enterprise Networking & Mobility / Payments en Logicalis.

aun cuando múltiples aplicaciones compiten por la red. El tercero es la sustentabilidad operativa, con diseños que reduzcan complejidad, consumo energético y costos de operación.

Sectores como salud y educación ya enfrentan estos desafíos a diario. Historias clínicas digitales, telemedicina, plataformas de aprendizaje online, dispositivos IoT y videoconferencias masivas requieren redes que no solo funcionen, sino que lo hagan de manera estable, confiable y previsible.

Uno de los errores más frecuentes es asociar modernización con recambio de equipos. En la práctica, el salto que propone Wi-Fi 7 obliga a revisar el diseño de la red de punta a punta: desde la arquitectura inalámbrica hasta su integración con switching, automatización, monitoreo y sustentabilidad. Los especialistas coinciden en un punto clave: cuando el futuro digital llega antes que la infraestructura que debería sostenerlo, el problema no es la tecnología que falta, sino la conversación que no se tuvo a tiempo.

Tras un largo período en el que la conectividad parecía una capa resuelta, la red vuelve a ocupar un lugar central en la toma de decisiones. Ya no como un tema operativo, sino como un habilitador directo del crecimiento, la eficiencia y la sustentabilidad. La pregunta ya no es si la red funciona. La pregunta es si está preparada para lo que viene.



P4 | All in One



P7 | All in One



K11 | Micro Kiosco



K7 | Kiosco

VIVÍ LA EXPERIENCIA DE LO NUEVO DE  **3nStar**



Netpoint Argentina | **NETPOINTAR.COM**

ViewSonic desembarca en Elit para potenciar el mercado de soluciones de imagen

ViewSonic anunció una alianza estratégica con Elit, uno de los mayoristas más importantes del canal IT local. Esta incorporación refuerza la oferta de soluciones de imagen en el país con un portafolio integral que incluye monitores, proyectores, pantallas interactivas y soluciones corporativas, orientadas a los segmentos de educación, empresas y consumo.

"Argentina es un país con un canal profesional, técnicamente exigente y con una demanda creciente de soluciones de valor agregado, especialmente en educación, gaming y entornos corporativos", afirmó Pablo De Simone, Country Manager de ViewSonic. La compañía construyó su identidad sobre una visión de largo plazo enfocada en la innovación y la experiencia del usuario. "Nacimos con el objetivo de desarrollar tecnología visual que transforme la forma en que las personas aprenden, trabajan y se comunican. Hoy somos un proveedor global de soluciones visuales con un ecosistema unificado de hardware, software y servicios".

Uno de los diferenciales de ViewSonic es su equilibrio entre innovación tecnológica, facilidad de uso y una sólida relación precio/calidad. Este enfoque se refleja en su hardware y en sus plataformas de software, entre las que se destacan myViewBoard, ClassSwift, TeamOne, Manager y AirSync, soluciones que incorporan herramientas impulsadas por inteligencia artificial para mejorar la colaboración, la gestión de dispositivos y la eficiencia en entornos educativos y corporativos.

"Nos asociamos con Elit por su trayectoria, su eficiencia operativa y su cercanía real con el canal. Su infraestructura logística y su plataforma de e-commerce nos permiten garantizar disponibilidad de producto y rapidez de respuesta en todo el país", destacó el ejecutivo. Además, subrayó el valor del equipo humano del mayorista, al que definió como "profesional, ágil y con fuerte orientación al negocio".

ViewSonic llega al canal argentino con un portafolio organizado en cuatro grandes verticales: monitores, proyectores, pantallas interactivas y pantallas comerciales o corporativas. "Este año vamos a reforzar especialmente la línea de monitores y



Pablo De Simone, Country Manager de ViewSonic.

proyectores, con foco en tecnologías DLP y proyección láser, muy valoradas por su alto brillo, larga vida útil y bajo mantenimiento", adelantó De Simone.

"Confiamos en una excelente recepción por parte del canal. La combinación de una marca reconocida como ViewSonic con el alcance nacional de Elit permitirá una adopción temprana y un crecimiento sostenido", aseguró. En ese sentido, la marca acompañará al canal con soporte técnico y comercial, garantía en todo el país, Centro de Servicio oficial en Buenos Aires y un plan de capacitaciones y demostraciones de producto.

Desde Elit, Luis Bordón, Product Manager de ViewSonic, destacó el impacto estratégico de esta incorporación. "La llegada de ViewSonic representa un salto cualitativo para nuestra propuesta de soluciones de imagen. No es solo sumar una marca de monitores, sino incorporar a un líder global que cubre desde consumo hasta entornos corporativos y educativos de alta exigencia".



Luis Bordón, Product Manager de ViewSonic en Elit.

Pantallas láser Epson: la tecnología que lleva el cine al hogar de la mano de Air Computers



Escribe

Marcelo Perin

Product Manager Epson
en Air Computers

Durante años, hablar de experiencias de gran pantalla en el hogar implicaba pensar en salas dedicadas, instalaciones complejas y presupuestos elevados. Sin embargo, el avance de la tecnología de proyección está cambiando ese paradigma, acercando propuestas antes reservadas a nichos específicos a un público mucho más amplio. Desde mi rol como Product Manager en Air Computers, distribuidor de Epson en Argentina, veo con claridad cómo esta evolución impacta tanto en los usuarios finales como en el canal.

Los proyectores láser de distancia ultracorta representan uno de los cambios más interesantes dentro del entretenimiento hogareño. La posibilidad de proyectar imágenes de hasta 120 pulgadas ubicando el equipo a pocos centímetros de la pared elimina una de las principales barreras históricas de la proyección: el espacio. Hoy, un living o un departamento puede transformarse en una sala de cine sin reformas ni instalaciones invasivas.

Pero la innovación no se limita al tamaño de imagen. La incorporación de Android TV integrado responde a una demanda concreta del consumidor moderno: simplicidad. El usuario ya no quiere sumar dispositivos, cables o configuraciones complejas. Quiere encender, elegir una plataforma de streaming y disfrutar. En ese sentido, la integración nativa del sistema operativo convierte al proyector en un verdadero hub de entretenimiento, alineado con el concepto de hogar inteligente.

Otro aspecto clave es la tecnología láser. Desde el punto de vista del producto, estamos frente a una solución que combina calidad de imagen, eficiencia energética y durabilidad. Hablar de hasta 10 años de uso sin necesidad de reemplazar lámparas no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también cambia la ecuación de costo total de propiedad, un factor cada vez más relevante en las decisiones de compra.

Modelos como el Epson EH-LS650W

reflejan esta filosofía: equipos pensados para que la tecnología no sea una barrera, sino un habilitador. La experiencia “encender, conectar y disfrutar” no es un slogan, sino una respuesta concreta a un mercado que valora la inmediatez y la confiabilidad.

Desde la perspectiva del canal, estas soluciones abren nuevas oportunidades. No se trata solo de vender hardware, sino de acompañar un cambio en la forma en que las personas consumen contenidos en sus hogares. Asesorar, demostrar y educar se vuelve tan importante como el producto en sí.

En definitiva, la llegada de estas propuestas confirma algo que en Air Computers vemos a diario: la experiencia de la gran pantalla ya no es exclusiva del cine ni de espacios dedicados. Hoy está al alcance del hogar, con tecnología madura, diseño pensado para la vida cotidiana y el respaldo de una marca como Epson, que entiende que innovar también es simplificar.



Proyector Epson EH-LS650W.

Licencias OnLine y Virtuozzo sellan una alianza para impulsar el cloud y la virtualización

Licencias OnLine, mayorista de valor agregado líder en Latinoamérica, anunció una alianza estratégica con Virtuozzo, proveedor global de plataformas de nube alternativa, con el objetivo de ampliar y fortalecer las oportunidades de negocio en cloud y virtualización para los partners de la región. El acuerdo permite a Virtuozzo expandir su presencia en Latinoamérica apoyándose en el alcance regional, la experiencia en el canal y la capacidad de ejecución de Licencias OnLine. A su vez, el mayorista suma a su portafolio una propuesta cloud full-stack que habilita a sus partners a ofrecer servicios diferenciados, superando los modelos tradicionales de infraestructura.

"Estamos ayudando a los partners a pasar de vender infraestructura a ofrecer servicios cloud diferenciados: más rápidos de lanzar, más simples de operar y diseñados para cumplir con requisitos locales de soberanía, performance y rentabilidad", señaló Ahmed Amni, VP of Sales AMER / APAC de Virtuozzo. "Licencias OnLine es el socio ideal para esta misión, ya que cuenta con el alcance regional y la ejecución en el canal necesarios para llevar esta propuesta a toda la región".

La alianza está orientada a proveedores de servicios administrados (MSP), cloud service providers, empresas de hosting, telcos y al ecosistema de resellers, brindándoles una alternativa sólida para construir un negocio cloud sostenible. Esta propuesta permite reducir la dependencia de los hyperscalers y responder a demandas clave del mercado latinoamericano como la soberanía de los datos, la baja latencia, el cumplimiento normativo y una estructura de costos más eficiente.

El portafolio de Virtuozzo habilita a los partners a desarrollar un catálogo de servicios de mayor valor agregado, que incluye Virtuozzo Hybrid Infrastructure (IaaS), una plataforma lista para producción que simplifica el lanzamiento y la operación de servicios de infraestructura cloud; Virtuozzo Application Platform (PaaS), orientada



Ahmed Amni, VP of Sales AMER / APAC de Virtuozzo.

al hosting de aplicaciones modernas, contenedores y cargas cloud-native; y Virtuozzo Storage, con soporte para almacenamiento object/S3, file y block, ideal para backup, disaster recovery y cargas intensivas de datos.

"Nuestra estrategia en Latinoamérica no se basa en vender software de forma aislada", agregó Amni. "Buscamos ayudar a los partners a construir ingresos recurrentes a partir de servicios cloud, con infraestructura local, diferenciación real y rentabilidad a largo plazo". Desde Licencias OnLine, el acuerdo refuerza su compromiso de acercar tecnologías innovadoras y de alto valor al canal regional. "Esta alianza con Virtuozzo es de gran importancia estratégica para Licencias OnLine", afirmó Marcelo Tedeschi, BDM de Licencias OnLine. "Nos permite ampliar nuestra oferta de virtualización y cloud con una alternativa robusta y flexible, generando nuevas oportunidades de negocio para nuestros partners y soluciones más competitivas para la región".

Como parte del lanzamiento, ambas compañías realizarán un evento online el jueves 29 de enero, donde se presentará en detalle la propuesta de valor conjunta y las oportunidades que esta alianza abre para el canal. El encuentro estará dirigido a partners de toda Latinoamérica interesados en desarrollar y escalar su oferta de cloud y virtualización con Virtuozzo.

Predicciones para 2026, y por qué los canales deben conocerlas



Escribe

Fabiano Ornelas

Líder del Ecosistema de Socios para América Latina en Dell Technologies

La aceleración de la innovación tecnológica no es solo una tendencia global; es una realidad que está redefiniendo el mercado en América Latina y creando nuevas demandas. Las predicciones de Dell Technologies para 2026, centradas en la gobernanza, la gestión de datos y la resiliencia operativa, no son meras previsiones, sino un mapa de ruta hacia áreas de crecimiento concretas. Para los socios de TI, cada una de estas tendencias se traduce en una oportunidad para evolucionar de proveedores a asesores estratégicos, ayudando a los clientes a navegar la complejidad y capitalizar el progreso. Este es el momento de anticiparse, prepararse y posicionarse a la vanguardia del cambio.

1. Gobernanza: clave para la confianza y la aceleración tecnológica. La necesidad de marcos de gobernanza sólidos para estabilizar un ecosistema en rápida evolución crea una demanda de socios que puedan guiar a las empresas en la implementación segura de nuevas tecnologías. En países como México, el 46% de las organizaciones identifican la seguridad de los datos como principal barrera para integrar IA, mientras que el 32% menciona la incertidumbre regulatoria.

2. Gestión de datos: motor fundamental para la innovación. La gestión de datos se consolida como el pilar de la innovación, impulsada por la necesidad de enfrentar el crecimiento exponencial de la información. En Brasil, el 97% de las organizaciones espera desafíos para aumentar su capacidad de almacenamiento y el 41% identifica la gestión eficiente de grandes volúmenes de datos como prioridad. Este contexto refuerza la oportunidad de acompañar a los clientes en la transición hacia arquitecturas más avanzadas y orientadas a extraer valor estratégico del dato.

3. IA agéntica como motor de continuidad operativa. La IA agéntica evoluciona para gestionar procesos complejos, presentando una oportunidad para integrar sistemas inteligentes que optimicen la continuidad operativa. En México y Brasil, el 89% de las organizaciones considera que la IA transformará significativamente su sector y el 66% ya utiliza IA generativa para detección de amenazas, lo que refuerza el papel de estos agentes en mantener operaciones seguras y estables.

4. Resiliencia tecnológica y recuperación ante desastres: una prioridad regional.

La infraestructura tecnológica debe redefinir la resiliencia y la recuperación ante desastres, un campo donde los socios pueden ofrecer arquitecturas avanzadas que aseguren la funcionalidad crítica. En México y Brasil, el 94% de las organizaciones consideran que la IA generativa será clave para mejorar sus operaciones de seguridad, y el 97%

cree que la IA es fundamental para optimizar recursos y proteger la continuidad operacional.

5. IA soberana e infraestructura nacional: construyendo autonomía digital en Latinoamérica. Finalmente, la IA soberana acelera el desarrollo de infraestructura nacional, abriendo oportunidades para colaborar en proyectos estratégicos que impulsen la autonomía digital de la región. En Brasil y México, el 59% y el 48% de las organizaciones respectivamente ya recurren a fuentes de energía renovable para mitigar el impacto energético de la IA, evidenciando una apuesta por infraestructuras más sostenibles y alineadas con la soberanía tecnológica.

Estas transformaciones exigen una mentalidad proactiva y una adaptación estratégica. Como socios, nuestro valor ya no reside únicamente en la tecnología que ofrecemos, sino en la experiencia, la visión y la capacidad para guiar a los clientes a través de un panorama en constante cambio. El éxito futuro dependerá de nuestra habilidad para anticipar las necesidades del cliente y construir soluciones integrales que sienten las bases para las oportunidades del mañana.

El futuro se está construyendo ahora, a la velocidad de la luz. Juntos, tenemos la experiencia y el impulso para convertir el potencial de la innovación en un progreso real para nuestros clientes y para toda la región. Este es nuestro momento de liderar y crecer juntos.

ABB Argentina alcanza un nuevo hito en sustentabilidad industrial desde Tucumán

La planta industrial de Electrificación de ABB Argentina en Bella Vista, provincia de Tucumán, obtuvo la certificación internacional “Mission to Zero”, una de las distinciones globales más exigentes en materia de sostenibilidad industrial. El sitio se ubica entre los primeros 35 establecimientos certificados dentro de los más de 170 centros productivos que ABB posee en todo el mundo. La planta abastece de productos de baja tensión a toda América Latina, manteniendo los mismos estándares de fabricación global que los principales polos industriales del grupo. El logro confirma que es posible producir con excelencia tecnológica y responsabilidad ambiental desde el interior del país.

La certificación es el resultado de una inversión superior a los USD 200.000 y se enmarca en el programa global Mission to Zero, mediante el cual ABB busca alcanzar cero emisiones netas en todas sus operaciones: una reducción del 80% para 2030 respecto a 2019 y la neutralidad total para 2050.

“Esta certificación refuerza el posicionamiento de ABB como partner tecnológico sustentable clave para los proyectos que se están desarrollando en Argentina en el marco del RIGI, especialmente en sectores como minería y energía, donde la sostenibilidad certificada es cada vez más relevante”, destacó Giselle Somale, Country Holding Officer de ABB para Argentina, Uruguay y Paraguay.

La planta de Bella Vista se convirtió además en una de las primeras instalaciones del país en obtener la certificación UL2799 “Zero Waste to Landfill”, alcanzando la categoría Silver, con un 91,4% de residuos reutilizados, reciclados o recuperados. Este nuevo reconocimiento se suma a una trayectoria de excelencia: desde hace más de una década, el sitio cuenta con la cuádruple certificación ISO en Calidad (9001), Medio Ambiente (14001), Seguridad y Salud en el Trabajo (45001) y Eficiencia Energética (50001).

El camino hacia la certificación Mission to Zero fue posible gracias a una estrategia integral que combina:

- Energía 100% renovable, con un 15% proveniente de paneles



Planta industrial dde ABB Argentina en Bella Vista, Tucumán.

- solares propios y el 85% restante de energía limpia certificada.
- Electromovilidad completa, mediante la migración total a carretillas eléctricas, puntos de carga y un vehículo utilitario 100% eléctrico.
 - Eficiencia energética, con motores IE4 en compresores e iluminación LED en toda la planta.
 - Gestión digital inteligente, a través de sistemas de monitoreo en tiempo real con aprendizaje automático.

“Estamos orgullosos de alcanzar esta certificación, resultado del trabajo en equipo y la convicción de ABB por lograr operaciones con cero emisiones”, señaló Adrián Marras, director regional de Electrificación en ABB.

Por su parte, Augusto Cecilia, director de la planta Bella Vista, subrayó el impacto regional del proyecto: “Este hito marca el inicio de una transformación profunda en la electrificación de toda la cadena productiva, con impacto directo en la industria, los hogares y las ciudades, que evolucionan hacia ecosistemas más sostenibles, inteligentes y seguros”.



Intel Core Ultra Serie 3 debutó en el CES 2026 con fabricación en 18A y foco en la PC con IA

En el marco del CES 2026, Intel presentó oficialmente los procesadores Intel Core Ultra Serie 3, una nueva generación que marca un hito para la industria al convertirse en la primera plataforma de computación fabricada con el proceso Intel 18A, el nodo de semiconductores más avanzado desarrollado y producido en los Estados Unidos.

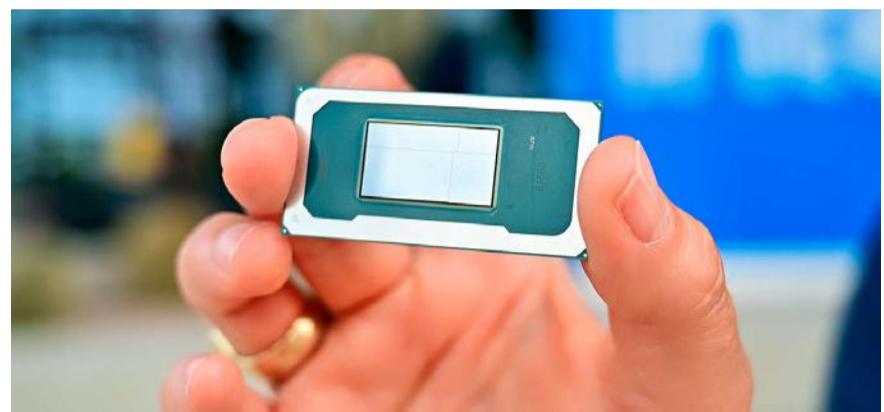
Con esta familia, Intel apunta a acelerar la transición hacia la PC con Inteligencia Artificial, combinando mayor eficiencia energética, gráficos integrados de alto rendimiento y una capacidad de cómputo para IA significativamente superior. Según la compañía, la Serie 3 impulsará más de 200 diseños de PC de socios a nivel global, convirtiéndose en la plataforma con IA de mayor adopción y disponibilidad que Intel haya lanzado hasta el momento.

La Serie 3 introduce una nueva clase de procesadores Intel Core Ultra X9 y X7, pensados para usuarios que demandan alto desempeño en escenarios de multitarea avanzada como gaming, creación de contenidos y productividad móvil. Estos modelos incorporan los gráficos integrados Intel Arc más potentes hasta la fecha y configuraciones de hasta 16 núcleos de CPU, 12 núcleos Xe y 50 TOPS de NPU.

Desde Intel destacan mejoras de hasta un 60% en rendimiento multihilo y más de un 77% de incremento en desempeño gráfico, con una autonomía que puede alcanzar hasta 27 horas de duración de batería, reforzando la propuesta de valor para portátiles de alto rendimiento.

La familia también incluye procesadores Intel Core orientados a portátiles de uso general, que comparten la arquitectura base de la Serie 3 pero permiten diseños más eficientes y accesibles, ampliando el alcance de la plataforma a distintos segmentos del mercado.

Una de las novedades más relevantes es que, por primera vez, los Intel Core Ultra Serie 3 han sido probados y certificados para casos de uso embebidos e industriales en el



Procesadores Intel Core Ultra Serie 3.

Edge. Esto incluye aplicaciones en robótica, ciudades inteligentes, automatización industrial y sistemas de salud, con soporte para rangos de temperatura ampliados, operación 24x7 y rendimiento determinista.

En estos escenarios, Intel asegura ventajas competitivas en cargas de trabajo de IA, con hasta 1,9 veces más rendimiento en modelos de lenguaje grandes, mejoras de hasta 2,3 veces en rendimiento por vatio y por dólar en análisis de video, y hasta 4,5 veces más desempeño en modelos avanzados de visión, lenguaje y acción. La arquitectura de sistema en un chip (SoC) permite además optimizar el costo total de propiedad frente a enfoques tradicionales basados en múltiples chips.

Intel confirmó que las reservas de los primeros portátiles de consumo con procesadores Core Ultra Serie 3 ya comenzaron el 6 de enero, mientras que la disponibilidad comercial global está prevista para el 27 de enero, con nuevos diseños que se irán sumando durante la primera mitad del año. En el caso de los sistemas para Edge, su llegada al mercado está programada para el segundo trimestre de 2026.

Con este lanzamiento, Intel refuerza su estrategia de liderazgo en la era de la IA, apostando por una plataforma que no solo eleva el rendimiento del PC tradicional, sino que extiende la inteligencia artificial desde el escritorio hasta el Edge industrial, consolidando un ecosistema preparado para las nuevas demandas de la computación moderna.

AMD refuerza su liderazgo en IA y gaming con una nueva generación de procesadores y software

AMD aprovechó el escenario del CES para realizar una serie de anuncios que abarcan desde PCs con IA y gaming hasta software y plataformas para desarrolladores. La compañía presentó una nueva generación de procesadores y soluciones que buscan redefinir la experiencia del usuario tanto en entornos de consumo como corporativos. Uno de los ejes centrales fue la expansión del portafolio de PCs con inteligencia artificial. En ese marco, AMD anunció los nuevos procesadores Ryzen AI Serie 400 y Ryzen AI PRO Serie 400, diseñados para impulsar la próxima generación de Copilot+ PCs. Basados en la arquitectura "Zen 5" y en las NPUs AMD XDNA de segunda generación, estos procesadores ofrecen hasta 60 TOPS de cómputo de IA, permitiendo ejecutar modelos generativos, asistentes inteligentes y cargas de trabajo avanzadas directamente en el dispositivo.

La propuesta se extiende también al segmento premium con la ampliación de la serie Ryzen AI Max+, que lleva capacidades de IA de alto rendimiento y gráficos integrados de clase escritorio a notebooks ultradelgadas, estaciones de trabajo compactas y mini PCs. Estos procesadores están orientados a creadores de contenido, desarrolladores y usuarios que demandan potencia sin resignar portabilidad.

En línea con esta estrategia, AMD presentó Ryzen AI Halo, una nueva plataforma de desarrollo con marca propia pensada para el desarrollo local de inteligencia artificial. Se trata de una mini PC que integra procesadores Ryzen AI Max+, hasta 128 GB de memoria unificada y compatibilidad total con Windows y Linux, capaz de ejecutar localmente modelos de hasta 200 mil millones de parámetros. La solución apunta a acelerar la innovación en IA en el edge y simplificar el trabajo de desarrolladores e investigadores.

El gaming fue otro de los grandes protagonistas del anuncio. AMD reveló el Ryzen 7 9850X3D, presentado como el procesador de escritorio más rápido para juegos. Impulsado por la arquitectura Zen 5 y la tecnología AMD 3D V-Cache de segunda generación, el chip promete mejoras sustanciales de rendimiento y consolida la apuesta de la



Dr. Lisa Su, Chair & CEO de AMD.

compañía por el segmento entusiasta. A nivel gráfico y de experiencia de juego, AMD destacó la evolución de FSR "Redstone", su suite de tecnologías de renderizado basadas en machine learning. Las nuevas funciones de escalado, generación de cuadros y optimización del ray tracing buscan ofrecer mayor calidad visual y tasas de cuadros más fluidas en títulos AAA.

En el plano del software, la compañía anunció avances en su ecosistema con la llegada de ROCm 7.2, que amplía la compatibilidad con Windows y Linux y extiende el soporte a los procesadores Ryzen AI Serie 400. Además, presentó el AMD Software: Adrenalin Edition AI Bundle, una propuesta que simplifica la instalación y configuración de entornos de IA local, facilitando el acceso a herramientas para generación de imágenes y ejecución de modelos de lenguaje.

"La PC está siendo redefinida por la inteligencia artificial, y AMD está liderando esa transformación", señalaron desde la compañía, destacando un enfoque de stack completo que combina hardware, software y alianzas con el ecosistema para llevar experiencias de IA más rápidas, eficientes e integradas a todos los factores de forma.

Con estos anuncios, AMD dejó en claro en CES que su estrategia apunta a consolidar un portafolio integral de computación con IA, abarcando consumo, empresas, gaming y desarrollo, y posicionándose como uno de los actores clave en la próxima etapa de evolución del mercado tecnológico.

HP lanzó su nueva generación de PCs IA para redefinir el equilibrio entre trabajo y vida personal

En el marco del CES 2026, HP Inc. anunció una profunda renovación de su portafolio de computadoras de consumo, apostando por la inteligencia artificial, el diseño premium y la versatilidad como ejes centrales para acompañar las nuevas formas de trabajo y entretenimiento. Con sus nuevas líneas OmniBook, OmniStudio y Chromebooks, la compañía busca responder a una realidad cada vez más clara: las personas utilizan sus PCs para mucho más que trabajar.

Entre los anuncios más destacados, HP presentó la HP OmniBook Ultra 14, la primera notebook de consumo del mundo con hasta 85 TOPS de NPU, diseñada para ejecutar múltiples aplicaciones de IA de forma simultánea. Este modelo se posiciona como la notebook de consumo más delgada y resistente, sin sacrificar potencia ni autonomía.

Asimismo, la compañía sorprendió con la HP OmniStudio X 27, la primera PC All-in-One con tecnología Neo:LED y doble cobertura de color al 100%, orientada a creadores de contenido y profesionales que demandan calidad visual de nivel profesional.

HP parte de una premisa clara: la línea entre el trabajo y la vida personal es cada vez más difusa. Hoy, millones de usuarios combinan estudios, empleos, emprendimientos y entretenimiento en un solo dispositivo. En ese contexto, la empresa renovó por completo su portafolio OmniBook, incorporando procesadores de última generación, pantallas OLED en toda la gama y experiencias Copilot+ que potencian la productividad y la creatividad.

“La gente necesita dispositivos que se adapten a su estilo de vida cambiante”, afirmó Samuel Chang, presidente de la división de Sistemas Personales de Consumo de HP. “Nuestros nuevos equipos están diseñados no solo para trabajar mejor, sino para disfrutar más”.

La nueva OmniBook Ultra 14 combina rendimiento de alto nivel con un diseño ultraligero, siendo hasta un 52% más liviana que su generación anterior. Integra una pantalla



HP OmniBook Ultra 14.

OLED de hasta 3K, batería para todo el día y una innovadora función de detección de postura que promueve una mejor ergonomía durante el uso prolongado. Además, supera 20 pruebas de estándar militar, garantizando durabilidad en escenarios exigentes.

Pensada para estudios en casa y flujos de trabajo intensivos, la HP OmniStudio X 27 incorpora procesadores Intel Core Ultra de próxima generación y gráficos NVIDIA GeForce RTX opcionales. Su conectividad avanzada permite compartir periféricos y archivos entre una laptop y el AIO mediante Thunderbolt Share, mientras que su cámara con Surface View mejora la colaboración visual en videollamadas.

HP también renovó su oferta de Chromebooks, integrando las herramientas de IA de Google y diseños más resistentes y versátiles. Modelos como el Chromebook Plus x360 14 y el Chromebook Plus 14 apuntan a usuarios que priorizan productividad, seguridad y conectividad fluida con el ecosistema Android.

En paralelo, todas las nuevas PCs de consumo incluirán el Digital Passport de HP, junto con herramientas como HP Omni+ para la gestión de contraseñas y HP TV+, un centro de entretenimiento con contenido gratuito desde el primer uso.

Los equipos anunciados estarán disponibles durante el primer semestre de 2026, con precios variables según el país. Para más información, HP invita a visitar su sitio oficial.

Lenovo en CES 2026: la IA se convierte en el nuevo estándar del trabajo profesional

ThinkPad Rollable XD.



En el marco de CES 2026, Lenovo dejó en claro que la inteligencia artificial ya no es una promesa a futuro, sino una herramienta concreta que redefine la productividad, el diseño y la gestión tecnológica. A través de un ambicioso anuncio que combina nuevos dispositivos, conceptos innovadores y servicios inteligentes, la compañía presentó su visión de una IA más inteligente, contextual y centrada en las personas.

Uno de los ejes centrales fue la evolución del ecosistema Lenovo Aura Edition, una propuesta que integra hardware, software y servicios para ofrecer experiencias más intuitivas en PCs con Windows 11. Esta plataforma incorpora funciones como Smart Modes, que adaptan automáticamente el rendimiento, la seguridad y el enfoque según el contexto de uso, y Smart Share, que facilita la colaboración entre dispositivos mediante funciones como Tap-to-Share y Tap-to-Pair.

La renovación de la serie ThinkPad X1 fue uno de los anuncios más relevantes. Los nuevos ThinkPad X1 Carbon Gen 14 y ThinkPad X1 2-in-1 Gen 11 Aura Edition introducen el innovador diseño Space Frame, que optimiza la disposición interna de los componentes para mejorar la refrigeración, el

rendimiento sostenido y la reparabilidad. Para quienes demandan aún más potencia, Lenovo presentó la ThinkPad X9 15p Aura Edition, una laptop que combina rendimiento de clase desktop con movilidad. Su pantalla OLED de 15,3 pulgadas, batería de 88 Wh y hasta 64 GB de memoria la posicionan como una herramienta ideal para creativos, prosumidores y pymes que requieren potencia sin compromisos.

Más allá de los productos comerciales, Lenovo mostró cómo imagina la próxima generación de dispositivos con conceptos como el ThinkPad Rollable XD y la ThinkBook Plus Gen 7 Auto Twist. Esta última, ya convertida en producto real, incorpora una bisagra motorizada que ajusta automáticamente la pantalla según el modo de uso.

A esto se suma la presentación de Lenovo Qira, un superagente de IA personal que funcionará como un sistema de inteligencia ambiental, capaz de mantener continuidad de tareas y contexto entre PCs, tablets y smartphones. Con una arquitectura híbrida centrada en la privacidad, Qira apunta a convertirse en el nexo invisible entre dispositivos y flujos de trabajo.

ASUS Republic of Gamers quiere redefinir el gaming inmersivo con las nuevas gafas AR ROG XREAL R1

ROG XREAL R1.



ASUS Republic of Gamers (ROG) presentó oficialmente las ROG XREAL R1, unas revolucionarias gafas de gaming con realidad aumentada que tienen como objetivo marcar un antes y un después en la experiencia visual para jugadores. Se trata de las primeras gafas de gaming FHD micro-OLED de 240Hz, diseñadas para ofrecer una experiencia de pantalla espacial sin precedentes. El anuncio se realizó en el CES 2026, donde ROG volvió a demostrar su innovación al expandir su ecosistema de pantallas, que ahora abarca desde monitores tradicionales hasta soluciones portátiles y vestibles.

Las ROG XREAL R1 proyectan una pantalla virtual de hasta 171 pulgadas a una distancia de 4 metros, con un campo de visión de 57° que cubre el 95% del área de visión enfocada del usuario. Gracias a su frecuencia de actualización de 240Hz y una latencia de 3 ms de movimiento a fotón, las gafas ofrecen imágenes extremadamente fluidas, sin desenfoque ni vibraciones, ideales para juegos competitivos y de alta velocidad.

Además, incorporan 3 grados de libertad (3 DoF) con modos de Anclaje y Seguimiento, permitiendo fijar la pantalla virtual en el entorno físico o mantenerla centrada en el usuario.

Uno de los grandes diferenciales de las ROG XREAL R1 es su ROG Control Dock, que ofrece conectividad avanzada mediante DisplayPort 1.4 y dos puertos HDMI 2.0, facilitando el cambio instantáneo entre PC y consolas. Gracias al chip de coprocesamiento espacial X1, el usuario puede ajustar el tamaño y la distancia de la pantalla virtual con solo presionar un botón. Todo esto en un dispositivo que pesa apenas 91 gramos, pensado para jugar en cualquier lugar, incluso en movimiento.

Las nuevas gafas también integran tecnología de lentes electrocrómicas, capaces de ajustar automáticamente su nivel de transparencia según las condiciones de iluminación. Cuando el usuario aparta la vista de la pantalla, las lentes se vuelven más transparentes, y se oscurecen nuevamente al volver a enfocarla, garantizando comodidad visual tanto en exteriores como en entornos con poca luz.

En el apartado de audio, ASUS apuesta por la calidad con la incorporación de Sound by Bose. Esta tecnología ofrece un sonido envolvente tridimensional que mejora la conciencia espacial, reproduciendo con gran precisión desde pasos lejanos hasta explosiones intensas.

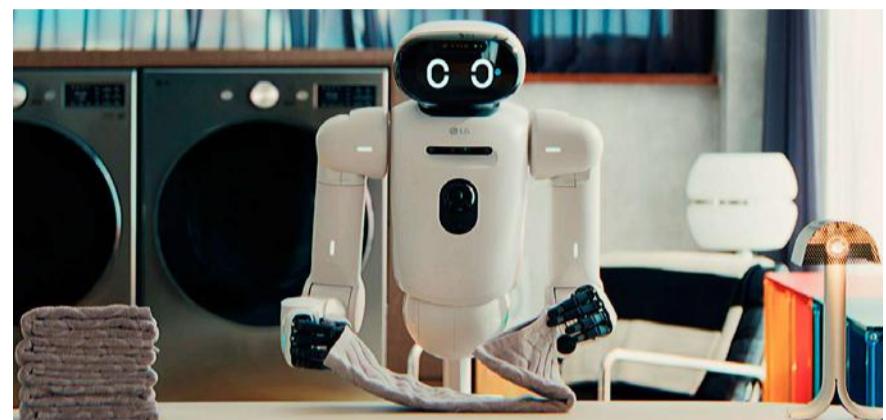
LG apuesta al "Hogar sin Trabajo" con CLOiD, su nuevo robot doméstico con IA

En el marco de CES 2026, LG Electronics presentó por primera vez en una demostración pública a LG CLOiD, un robot doméstico impulsado por IA diseñado para coordinar y ejecutar tareas del hogar a través de electrodomésticos conectados. El anuncio marca un nuevo paso en la visión de la compañía de construir un hogar impulsado por IA, donde el esfuerzo físico y el tiempo dedicado a las tareas cotidianas se reduzcan al mínimo. Durante las demostraciones en Las Vegas, LG mostró a CLOiD operando en entornos domésticos reales. En uno de los escenarios, el robot recupera leche del refrigerador y coloca un croissant en el horno para preparar el desayuno. En otro, inicia ciclos de lavado una vez que los habitantes salen de la casa, y luego se encarga de doblar y apilar la ropa tras el secado. Estas escenas reflejan la capacidad del sistema para comprender rutinas, interpretar contextos y actuar de forma autónoma.

LG CLOiD está compuesto por una cabeza inteligente, un torso con dos brazos articulados y una base con ruedas equipada con navegación autónoma. El torso es ajustable en altura, lo que le permite recoger objetos desde el nivel de la rodilla hacia arriba, mientras que cada brazo cuenta con siete grados de libertad, a imagen y semejanza de un brazo humano. Las manos, con cinco dedos accionados de forma independiente, permiten una manipulación fina de objetos cotidianos.

La cabeza de CLOiD funciona como un hub de IA móvil. Incorpora un chipset que actúa como cerebro del sistema, además de pantalla, altavoces, cámaras, sensores e IA generativa basada en voz. Esta combinación le permite comunicarse con las personas mediante lenguaje hablado y "expresiones faciales", aprender patrones de comportamiento y controlar electrodomésticos conectados en función de esos aprendizajes.

En el núcleo del sistema se encuentra la tecnología de IA Física de LG, basada en dos pilares: el Modelo de Lenguaje y Visión (VLM), que transforma imágenes y videos en comprensión estructurada, y la Acción de Lenguaje y Visión (VLA), que convierte esas entradas visuales y verbales en acciones físicas concretas.



CLOiD, un robot doméstico impulsado por IA de LG.

Entrenados con decenas de miles de horas de datos de tareas domésticas, estos modelos permiten que CLOiD reconozca electrodomésticos, interprete intenciones humanas y ejecute acciones contextualizadas, como abrir puertas o transferir objetos entre dispositivos.

Las capacidades del robot se amplifican gracias a su integración con el ecosistema ThinQ y el hub ThinQ ON. Esta conectividad le permite a CLOiD orquestar múltiples electrodomésticos y servicios del hogar inteligente de LG, actuando como un coordinador central de tareas domésticas.

Junto con CLOiD, LG presentó LG Actuator AXIUM, una nueva marca de actuadores robóticos destinada a servicios y robots. Estos componentes —considerados estratégicos en la era de la IA física— integran motor, controlador y reductor, y son clave para lograr movimientos precisos, potentes y eficientes.

La compañía apuesta a trasladar su experiencia en tecnología de componentes de electrodomésticos a la robótica avanzada, ofreciendo actuadores más livianos, compactos y de alto torque, con diseño modular para producción personalizada.

"El robot doméstico LG CLOiD está diseñado para interactuar y comprender de forma natural a los humanos a los que sirve", afirmó Steve Baek, presidente de LG Home Appliance Solution Company. "Nuestra visión es un Hogar sin Trabajo, donde las personas puedan dedicar su tiempo a lo que realmente importa".

Las cuatro olas de la IA



Escribe

Gustavo Guaragna

Director del OPSSI en CESSI y CEO de Snoop Consulting

En Argentina, la inversión en inteligencia artificial atraviesa un momento de crecimiento sostenido. Cada vez más empresas —grandes y pequeñas— incorporan soluciones de IA en sus procesos productivos, logísticos y comerciales. Si bien aún existen desafíos, como el desconocimiento, la necesidad de capacitar al talento o la dificultad para medir resultados, la tendencia es clara: la adopción de la IA se consolida como una decisión estratégica.

Hoy, las organizaciones ya no ven la inteligencia artificial como una promesa a futuro, sino como una herramienta concreta para aumentar la competitividad. La inversión se justifica por su capacidad para mejorar la productividad, optimizar procesos, reducir costos y generar nuevas oportunidades de negocio. Sin embargo, cada vez más líderes comienzan a comprender que el retorno de la inversión (ROI) no es solo económico. La adopción de IA impulsa también una transformación cultural, redefiniendo la manera de innovar, de tomar decisiones basadas en datos y de integrar a las personas con la tecnología.

Durante el IA Day organizado por la Cámara de la Industria Argentina de Software (CESSI) se presentaron las

cuatro “olas” en IA, que representan las etapas evolutivas del valor que la inteligencia artificial puede generar en una organización. Cada una ofrece una mirada complementaria sobre capturar retorno -financiero, operativo o cultural- y permite entender en qué punto se encuentra una empresa dentro de su recorrido de adopción.

La ola cero está asociada al aprendizaje y la experimentación. En esta etapa inicial, el retorno se mide en términos culturales: la confianza que la organización desarrolla en torno a la tecnología, el conocimiento que adquiere y la creación de nuevas capacidades internas. Es un momento de explotación, donde se prueban herramientas, se forman equipos y se establecen los primeros marcos éticos y operativos.

La primera ola se vincula con la productividad y la eficiencia. Aquí, la IA comienza a integrarse en los procesos existentes, reduciendo tiempos, costos y errores. Las empresas descubren beneficios tangibles, especialmente en tareas repetitivas o en análisis de datos masivos. Es el punto donde el ROI se vuelve más visible, pero aún concentrando en la mejora incremental.

La segunda ola marca una etapa de expansión. La IA deja de ser una herramienta auxiliar para convertirse en un motor de crecimiento: impulsa la creación de nuevos productos, servicios o líneas de negocio potenciadas por sus capacidades. En esta fase, la inversión comienza a generar retornos estratégicos, con impacto en la innovación, la experiencia del cliente y la apertura de nuevos mercados.

Finalmente, la tercera ola representa la innovación disruptiva. En este sentido, la inteligencia artificial transforma los modelos de negocio y redefine las formas de competir. Las organizaciones más avanzadas utilizan la IA no solo para optimizar o expandir, sino para reinventar por completo su propuesta de valor. Es el punto donde el retorno se vuelve exponencial, pero también el que exige una mayor madurez tecnológica y cultural.

Comprender en qué ola se encuentra una compañía es fundamental para definir expectativas, estrategias y tiempos. La IA no genera resultados inmediatos, sino progresivos; requiere aprendizaje, liderazgo y una visión que trascienda los indicadores financieros.

En este contexto no solo es posible medir el ROI de la IA, sino que resulta clave hacerlo para dimensionar su aporte. Aunque su cálculo dependerá del grado de madurez de adopción en cada empresa, en una primera etapa el retorno estará vinculado con la eficiencia operativa, la reducción de tiempos o la minimización de errores. Luego, a medida que la IA se expanda a más áreas, el ROI incluirá indicadores de crecimiento (como nuevos productos o servicios habilitados por IA) y de innovación (como la transformación de modelos de negocio).

El verdadero desafío, entonces, no pasa por adoptar inteligencia artificial, sino por hacerlo con propósito. Las compañías que logren alinear la inversión tecnológica con su estrategia de negocio y su cultura organizacional serán las que obtengan el retorno más sólido, sostenible y transformador.

Santa Fe apuesta a la IA para la seguridad: así es Lince, su ambicioso sistema de videovigilancia

Con una inversión que supera los 32 millones de dólares y una arquitectura tecnológica basada en Inteligencia Artificial, analítica avanzada y fibra óptica, la provincia de Santa Fe dio un paso clave hacia un nuevo paradigma de seguridad pública. La semana pasada, en el Data Center provincial, el gobernador Maximiliano Pullaro encabezó la apertura de sobres técnicos de la licitación del sistema de videovigilancia Lince, un proyecto que busca transformar la manera en que el Estado previene, investiga y responde al delito.

"Lince es una herramienta de seguridad pública que sumamos a nuestro método de trabajo para ser la provincia más segura de la Argentina", afirmó Pullaro, al subrayar que el alcance del proyecto no tiene antecedentes ni a nivel nacional ni regional. "Este sistema no se ve hoy en ningún lugar de la Argentina ni de América Latina", agregó.

Lejos de tratarse de una simple ampliación del parque de cámaras, Lince fue concebido como un sistema integral de seguridad pública. Su núcleo es una plataforma de IA capaz de procesar, cruzar y analizar grandes volúmenes de video en tiempo real, con funciones de identificación facial, lectura automática de patentes, búsqueda inteligente en archivos grabados y generación de alertas inmediatas.

"El proyecto excede la mera incorporación de tecnología", explicó Pullaro. "No se trata solo de sumar cámaras: es un sistema que articula distintas áreas del Gobierno Provincial, a las municipalidades y a la Justicia santafesina".

La lógica es clara: convertir miles de horas de video en información accionable, acelerando investigaciones judiciales, optimizando la prevención y reduciendo los tiempos de respuesta ante hechos delictivos.

El acto encabezado por el gobernador correspondió a una etapa clave del proceso licitatorio: la apertura del sobre con las ofertas técnicas. En esta instancia no se evalúan precios, sino la capacidad tecnológica, operativa y de integración de las propuestas presentadas.



A la licitación se presentó la empresa NEC Argentina S.A.. Su propuesta será ahora analizada por los equipos técnicos del Estado provincial. Solo si la oferta técnica resulta aprobada, se habilitará la apertura del segundo sobre, correspondiente a la oferta económica. Recién entonces se avanzará hacia la adjudicación final.

El presupuesto oficial del proyecto asciende a 32.143.664,88 dólares, con un plazo de ocho meses para que el sistema esté plenamente operativo.

El secretario de Tecnologías para la Gestión, Ignacio Tabares, detalló la evolución del sistema actual y el impacto concreto que tendrá Lince en la ciudad de Santa Fe.

"Al inicio de la gestión había 431 cámaras. Hoy tenemos 600 en funcionamiento", explicó. Con el nuevo sistema, se incorporarán 2.000 cámaras adicionales, alcanzando un total de 2.600 dispositivos en apenas seis meses.

El despliegue incluye:

- 1.850 cámaras fijas
- 150 domos
- 1.765 dispositivos en la ciudad de Santa Fe
- 175 en Colastiné
- 60 en Alto Verde

Además, los puntos de monitoreo pasarán de 250 a 1.250, gracias a un nuevo tendido de anillos de fibra óptica que conectará más de 500 nodos con el Data Center provincial.

La Ciudad de Buenos Aires expande TUMO y busca convertirse en un polo de innovación educativa

La Ciudad de Buenos Aires continúa fortaleciendo su liderazgo en innovación educativa y tecnológica con la expansión de TUMO, el centro de formación en tecnologías creativas para jóvenes de entre 12 y 18 años. Mientras avanza la construcción de la tercera sede en Chacarita, ya se encuentra abierta la inscripción para el segundo centro, ubicado en el Parque de la Innovación, en el barrio de Núñez.

Con esta expansión, Buenos Aires contará con tres sedes estratégicas de TUMO —Barracas, Núñez y Chacarita— que conformarán un ecosistema educativo orientado a potenciar el talento joven y prepararlo para los desafíos del mundo laboral actual. La primera sede, inaugurada en julio en el Centro Metropolitano de Diseño (CMD), en Barracas, recibe actualmente a 1.900 estudiantes y funciona de lunes a sábado, de 8 a 20.

"La revolución educativa y tecnológica está en marcha, y nosotros no la estamos mirando desde afuera: la estamos protagonizando y liderando", afirmó el Jefe de Gobierno, Jorge Macri, al recorrer las obras del futuro centro de Chacarita. "Estamos transformando el aprendizaje y apostando a un futuro que ocurre hoy. TUMO va a multiplicar y potenciar el talento y la creatividad de los chicos, porque lo más importante que tenemos en la Ciudad es el capital humano", agregó.

Con origen en Armenia, TUMO es una red global de centros educativos reconocida por su enfoque disruptivo, que combina tecnología, diseño y creatividad en un programa extracurricular, no arancelado. Desde la apertura de su primer centro en Ereván en 2011, más de 60.000 jóvenes han pasado por sus aulas y actualmente participan más de 30.000 estudiantes por semana en 14 centros distribuidos en 10 países, incluyendo París, Berlín, Zúrich, Ámsterdam y Lisboa. La llegada de TUMO a Buenos Aires marcó un hito: se trata del primer centro de América, posicionando a la Ciudad como pionera regional en este modelo educativo.

En marzo comenzará a funcionar la segunda sede porteña, en Núñez, donde ya se registraron más de 1.500 inscriptos. En paralelo, la tercera sede, en Chacarita, abrirá sus puertas



en junio y tendrá capacidad para más de 7.800 estudiantes, con propuestas en Modelado 3D, Dibujo, Cine, Desarrollo de videojuegos, Gen AI, Música, Fotografía y Programación.

El modelo pedagógico de TUMO pone a los estudiantes en el centro del proceso de aprendizaje. Cada joven construye su propia ruta formativa y avanza a su ritmo a través de tres etapas: autoaprendizaje, talleres y laboratorios de proyectos.

En la fase inicial, los estudiantes realizan ejercicios interactivos diseñados para desarrollar habilidades específicas, acompañados por entrenadores de aprendizaje. Luego acceden a talleres mensuales dictados por especialistas del sector, que culminan en proyectos individuales o grupales. Finalmente, los laboratorios de aprendizaje, liderados por expertos en tecnología y diseño, permiten abordar desafíos complejos de manera colaborativa.

Este enfoque se apoya en la plataforma TUMO Path, que diseña experiencias de aprendizaje personalizadas según los intereses, el ritmo de progreso y las elecciones de cada estudiante, promoviendo la autonomía, la responsabilidad y el trabajo en equipo.

"Esta propuesta busca fomentar la motivación y la capacidad de autogestión en los estudiantes para que puedan convertirse en protagonistas de su propio futuro profesional. Los jóvenes que asisten a las sedes de TUMO en el mundo registran altos niveles de inserción laboral", destacó la ministra de Educación porteña, Mercedes Miguel.

canal AR