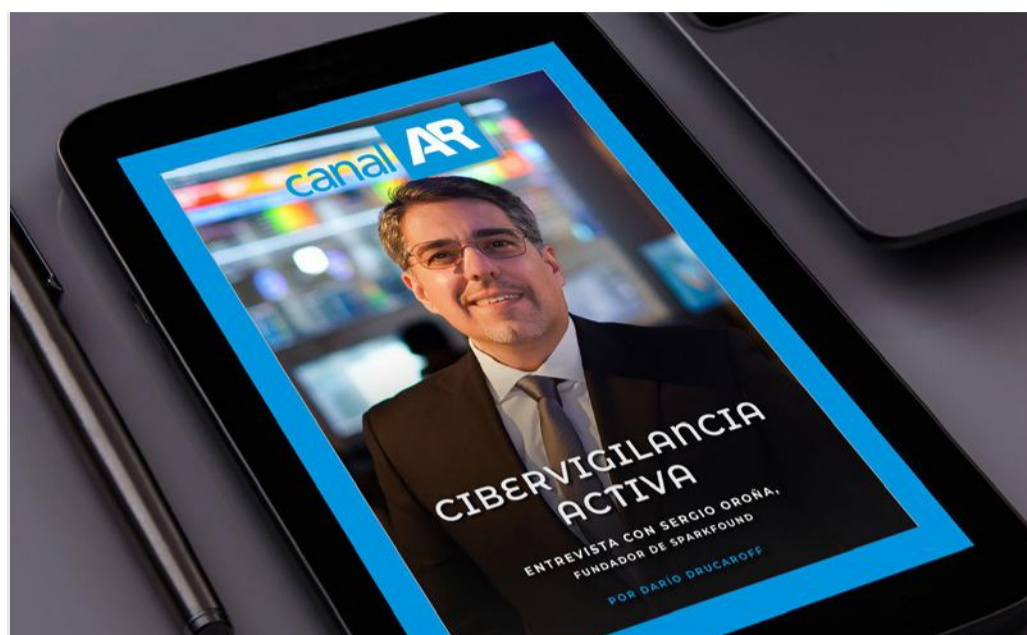




CIBERVIGILANCIA ACTIVA

ENTREVISTA CON SERGIO OROÑA,
FUNDADOR DE SPARKFOUND

EN ESTA EDICIÓN



Llegamos a marzo de 2026 con la Edición 19 de la Revista Digital CanalAR, y en nuestras entrevistas centrales exploramos casos de éxito y estrategias de nicho que marcan el pulso actual.

Sergio Oroña, fundador de Sparkfound, nos introduce en el concepto de "Ciber-vigilancia Activa", una pieza clave en un mundo donde las amenazas escalan junto a la inteligencia artificial. Por otra parte, desde el lado del hardware, Matías Plaul detalla cómo ASUS logró crecer un 40% en Argentina durante el último año, consolidando su presencia en un mercado altamente competitivo. Asimismo, Pablo Seltzer, CEO de Netpoint Argentina, analiza la intersección crítica entre el software y el punto de venta, un motor fundamental para la transformación del retail local.

El dinamismo del canal se manifiesta en alianzas estratégicas, como el acuerdo entre Ceven y Legamaster, presentado por Ariel Davis y Ricardo Castro Lechthaler para potenciar soluciones de colaboración. También destacamos el desembarco de TEAMGROUP en Elit para expandir la oferta de componentes, y la innovación de Air Computers, que presentó un bot inteligente diseñado para optimizar la experiencia y eficiencia operativa de sus partners. En el plano corporativo, cubrimos el inicio de una nueva etapa para Google Argentina con la designación de Juan Vallejo como su nuevo Director General.

Esta edición también viaja al MWC 2026 en Barcelona, epicentro global de la conectividad, y analiza hitos locales como la creación del Distrito IA en CABA y la discusión sobre la soberanía digital. En el ámbito educativo y social, recorremos el Plan de Educación Digital de Santa Fe y el impacto de la prohibición de celulares en las aulas de CABA.

Completamos este número con análisis sobre ciberdefensa y riesgo cuántico, las tendencias de Licencias OnLine para 2026 y un informe necesario sobre la brecha de género en tecnología. Esperamos que estos contenidos les brinden la perspectiva necesaria para un marzo de definiciones estratégicas. ¡Que disfruten la lectura!

DARÍO DRUCAROFF
DIRECTOR GENERAL



Stylus®



COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2026™

**VOS PODRÉS
SER, UNO
DE LOS ONCE**

Lenovo brother SAMSUNG EPSON®



TABLA DE CONTENIDOS

06



MWC 2026

08



Distrito IA
en CABA

10



14



16



Soberanía
digital

18



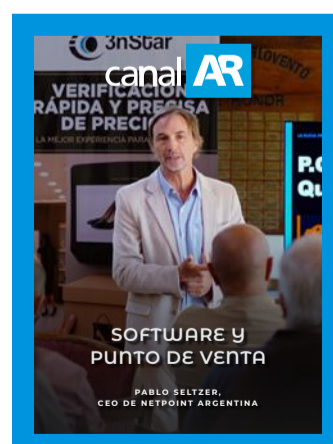
Ciberdefensa, IA
y riesgo cuántico

20



LOL
Tendencias

22



24



21



TEAMGROUP
desembarca en
Elit

26



Smart Cities
4.0

27



Air Computers
presentó un bot
inteligente

28



El retail en
Argentina

29



Brecha de
género en
tecnología

30



Mujeres en
tecnología

31



Riesgo digital

32



Nueva etapa
en Google

33



"Argentina es un
polo de talento e
innovación"

34



CABA prohíbe
los celulares en
clases

35



Santa Fe: Plan
de Educación
Digital

MWC26 Barcelona abrió sus puertas con un llamado urgente a redefinir el futuro digital

Barcelona volvió a convertirse en el epicentro global de la industria tecnológica con la apertura del MWC26, el mayor evento sobre conectividad. Durante una semana, ejecutivos, startups, reguladores y líderes de opinión se reúnen para debatir el rumbo de la próxima fase de crecimiento digital, marcada por la consolidación del 5G, la inteligencia artificial y el aumento de las amenazas cibernéticas.

En la keynote inaugural, Vivek Badrinath, director general de la GSMA, planteó tres prioridades estratégicas para los próximos años: acelerar la inversión en redes standalone, ampliar el acceso a una IA abierta e inclusiva y coordinar acciones entre industria y gobiernos para construir un entorno digital más seguro. "El año pasado, la tecnología móvil conectó a 5.800 millones de personas y aportó 7,6 billones de dólares a la economía global. Pero si queremos desbloquear todo el potencial del 5G, aprovechar la IA de manera responsable y proteger a los usuarios frente a amenazas digitales crecientes, debemos actuar con urgencia", sostuvo Badrinath, y subrayó la responsabilidad del sector como columna vertebral de la economía digital.

En paralelo a la apertura del congreso, se presentó el informe *Mobile Economy 2026*, que refleja un cambio estructural en la industria: de un modelo basado en conectividad a uno impulsado por plataformas digitales avanzadas, 5G standalone, inteligencia artificial y APIs abiertas.

Según el estudio, las tecnologías y servicios móviles generaron 7,6 billones de dólares en valor económico en 2025, equivalentes al 6,4% del PBI global. Para 2030, esa cifra escalaría hasta 11,3 billones de dólares, representando el 8,4% del producto mundial.

Sin embargo, el crecimiento convive con desafíos persistentes. Aunque el 96% de la población mundial vive bajo cobertura de banda ancha móvil, más de 3.000 millones de personas siguen desconectadas. La llamada "brecha de uso" es casi diez veces mayor que la brecha de cobertura, un dato que revela que el problema ya no es solo infra-



estructura, sino también asequibilidad, alfabetización digital y acceso a dispositivos.

El ecosistema móvil generó 50 millones de empleos en 2025 y aportó más de 800.000 millones de dólares en ingresos fiscales a nivel global. De cara a 2030, el 57% de las conexiones móviles funcionará sobre redes 5G, mientras que las tecnologías 2G y 3G quedarán reducidas a apenas el 1% y 5% respectivamente.

En términos financieros, los ingresos de los operadores crecerían de 1,19 billones de dólares en 2025 a 1,36 billones en 2030, respaldados por inversiones de capital acumuladas por 1,2 billones de dólares en el período.

Uno de los ejes más sensibles del informe es la escalada del cibercrimen. El costo global —incluyendo fraude— pasaría de 9,22 billones de dólares en 2024 a 15,63 billones en 2029. En un entorno donde las redes son cada vez más definidas por software y potenciadas por IA, más del 90% de los operadores considera que el nivel de amenaza es alto o muy alto.

La conclusión es clara: la magnitud del riesgo exige una respuesta coordinada y urgente. La seguridad ya no es un complemento, sino un habilitador crítico del crecimiento digital.

POWERVALUE 11T G2

Una solución eficiente para la máxima protección.

UPS de 1 kVA a 10 kVA para aplicaciones monofásicas críticas.



1 kVA B

2/3 kVA B

1 kVA S

2/3 kVA S

6-10 kVA S

6-10 kVA B/B2

ENGINEERED
TO OUTFIT

Distribuidores
oficiales



Buenos Aires impulsa su Distrito de Inteligencia Artificial en el microcentro



La Ciudad de Buenos Aires dio un paso clave en su estrategia de desarrollo tecnológico con el envío a la Legislatura de un proyecto de ley para la creación del Distrito de Inteligencia Artificial en el microcentro porteño. La iniciativa apunta a posicionar a la capital argentina como líder regional en innovación, mediante la articulación de un ecosistema que integre empresas, universidades, centros de investigación y el sector público.

El nuevo distrito estará delimitado por las avenidas Belgrano, Paseo Colón/Leandro N. Alem, 9 de Julio y Santa Fe, y contará con un régimen de promoción económica orientado a fomentar la radicación de compañías dedicadas al desarrollo de soluciones basadas en inteligencia artificial, ciencia de datos, automatización, procesamiento de lenguaje natural y robótica, entre otras disciplinas clave de la economía digital.

Desde el Gobierno porteño destacan que el objetivo central es construir un entorno colaborativo donde startups, grandes empresas, instituciones académicas y organismos públicos trabajen de manera integrada.

El proyecto fue presentado ante referentes de compañías líderes del sector tecnológico. "Vamos a liderar el desarrollo tecnológico en la región. Es un desafío en el que venimos trabajando desde hace tiempo", sostuvo el Jefe de Gobierno, Jorge Macri, junto al ministro de Desarrollo Económico, Hernán Lombardi, y a Augusto Ardiles, Subsecretario de Inversiones.

El Distrito IA contempla un paquete integral de beneficios para estimular la instalación de empresas. Entre ellos se destacan exenciones impositivas en Ingresos Brutos, Impuesto de Sellos, Impuesto Inmobiliario y derechos de obra. A esto se suman líneas de financiamiento con tasas preferenciales del 8,5% a través del Banco Ciudad, destinadas a la adquisición de inmuebles dentro del área.

Otro punto relevante es la creación de un "sandbox regulatorio", un entorno controlado —técnico y legal— donde empresas, startups o instituciones pueden probar nuevas tecnologías o modelos de negocio basados en inteligencia artificial sin estar sujetas desde el inicio a todas las regulaciones tradicionales.

Smarter
technology
for all

Lenovo

Una infraestructura construida en torno a las necesidades de tu cliente:

- ⊕ Rendimiento
- ⊕ Agilidad
- ⊕ Expertise

**Y tú generas
ingresos recurrentes.**

Descubre esta oportunidad





canal **AR**

CIBERVIGILANCIA ACTIVA

ENTREVISTA CON SERGIO OROÑA,
FUNDADOR DE SPARKFOUND

POR DARÍO DRUCAROFF

Cibervigilancia activa.

Entrevista con Sergio Oroña fundador de SparkFound

La ciberseguridad se volvió omnipresente en el mundo corporativo. Pero detrás del concepto hay una brecha evidente: mientras las grandes empresas despliegan complejos centros de defensa digital, miles de compañías medianas y pequeñas quedan expuestas frente a un ecosistema de amenazas cada vez más automatizado. Sergio Oroña, ejecutivo con casi tres décadas en la industria IT, vio ese vacío con claridad. Después de consolidar a Consulting Services como integrador tecnológico regional, comenzó a cuestionar el modelo tradicional de reventa de hardware de seguridad. La conclusión fue simple: el esquema no escalaba para las empresas que más lo necesitaban.

De esa lectura nació SparkFound, una compañía de ciberseguridad con ADN argentino y ambición global que busca convertir la protección digital en un servicio accesible, basado en suscripción y monitoreo permanente. La startup arrancó con una inversión inicial de tres millones de dólares y montó su propio SOC (Security Operations Center) en el Distrito Tecnológico de Parque Patricios. Desde allí hoy procesa más de 15 billones de logs mensuales. Sin embargo, según Oroña el diferencial no está en la infraestructura sino en el modelo: transformar la seguridad en un servicio continuo, eliminando la obsolescencia tecnológica.

En diálogo con CanalAR, el fundador repasa su recorrido desde los años del dial-up hasta la creación de una plataforma que busca conectar ciberseguridad y negocio de una forma más simple.

- Empezaste en Microsoft en los 90, cuando internet todavía era territorio experimental...

- Entré a Microsoft en 1997 como soportista técnico, en una época en la que internet todavía era algo bastante artesanal. En el 2000 fundamos Consulting Services con apenas cinco mil dólares y mucha intuición sobre hacia dónde iba el mercado. Durante casi tres décadas trabajamos con fabricantes como Fortinet o Cisco, y eso nos

permitió ver un patrón: muchas empresas querían protegerse, pero el modelo era demasiado costoso y complejo. Hardware caro, renovación constante y escasez de talento especializado. SparkFound nace justamente para cambiar ese paradigma: dejar de vender “cajas” y ofrecer vigilancia permanente como servicio, en un esquema 100% Opex.

- ¿Hubo un momento específico en el que dijiste: “hay que hacer esto ahora”?

- Sí. Fue cuando entendí que el cibercrimen evolucionó mucho más rápido que las defensas. La imagen del hacker solitario quedó vieja. Hoy hablamos de bots automatizados, muchos potenciados con inteligencia artificial, que escanean vulnerabilidades las 24 horas. Hace algunos años un atacante podía tardar más de un mes en comprometer una red. Hoy el proceso puede ocurrir en minutos. En ese contexto, la seguridad tiene que ser continua y accesible. Por eso diseñamos planes que arrancan en 150 dólares mensuales. La protección de los activos críticos no debería ser un lujo.

“HACE ALGUNOS AÑOS UN

ATACANTE PODÍA TARDAR MÁS

DE UN MES EN COMPROMETER UNA

RED. HOY EL PROCESO PUEDE

OCURRIR EN MINUTOS”.

- ¿Qué ocurre realmente detrás de estas pantallas?

- Más que las pantallas, lo importante es la arquitectura. Trabajamos con tecnologías que aparecen en el Cuadrante Mágico de Gartner y somos caso de éxito para Fortinet. Nuestro enfoque es el de Security Fabric: integrar distintas herramientas para que compartan información y reaccionen como un sistema coordinado. Al mismo tiem-

po somos agnósticos de fabricante; podemos monitorear entornos Microsoft, Palo Alto o Check Point sin problema. Todo bajo estándares ISO 27001 y con un equipo de más de cien especialistas operando 24/7.

“VEMOS MUCHA DEMANDA

EN BANCA, SALUD, RETAIL

Y EDUCACIÓN”.

- **Uno de los problemas clásicos del monitoreo es el exceso de alertas. ¿Cómo lo resuelven?**

- Con una estructura de tres niveles. El primero funciona como un filtro inteligente: usamos IA para eliminar falsos positivos y evitar que el cliente reciba cientos de alertas irrelevantes. Si aparece una amenaza real, pasa al Nivel 2, donde ingenieros especializados analizan el incidente. Y si la situación escala, interviene el Nivel 3 junto con los fabricantes para neutralizar el ataque. También incorporamos un Onboarding Manager que acompaña al cliente desde el inicio. Ese enfoque explica por qué hoy tenemos una tasa de retención cercana al 99%.

- **¿Quién es el cliente ideal para SparkFound?**

- Nos gusta decir que buscamos nuestro “momento Tinder”: el match perfecto entre necesidad y valor. No siempre es la empresa más grande. Muchas veces es

una compañía mediana donde el activo digital es central para el negocio. Vemos mucha demanda en banca, salud, retail y educación. También en empresas que forman parte de cadenas de suministro globales. Si el eslabón más pequeño no está protegido, puede convertirse en la puerta de entrada para un ataque mayor. Nuestra plataforma SparkDash les permite visualizar en tiempo real qué está pasando en su red.

- **Después de casi 30 años en la industria, ¿cómo describís tu rol hoy?**

- No me siento muy cómodo con el título de CEO. Prefiero pensarme como alguien que facilita y conecta equipos. Me gusta sentarme con los analistas de Nivel 1 y aprender de ellos cómo detectaron un nuevo patrón de ataque. En ciberseguridad, la humildad es clave: todos los días aparece algo nuevo.

- **¿Qué viene ahora para SparkFound?**

- Estamos en una etapa de expansión internacional. La idea es llevar talento argentino a otros mercados y posicionar nuestro modelo de cibervigilancia activa. También estamos ampliando nuestro ecosistema de partners. Para muchas empresas que venden infraestructura pero no tienen un SOC propio, SparkFound puede ser el complemento ideal para ofrecer seguridad gestionada sin tener que construir toda la operación desde cero. Porque, en un escenario donde los ataques no des-cansan, la seguridad tampoco debería hacerlo.



AIR
COMPUTERS

BALTIC LEGENDS

3 DESTINOS, UN VIAJE ÉPICO — LITUANIA, ESTONIA, LETONIA

CX



ASUS
BUSINESS

ASUS
IN SEARCH OF INCREDIBLE

brother
at your side

DELL
Technologies

EPSON
EXCEED YOUR VISION



Genius

GIGABYTE

HIKVISION



intel

Lenovo

logitech

MEMOX

msi

performance

PHILIPS

XPG



canal **AR**

**ASUS CRECIÓ UN 40%
EN ARGENTINA**

**MATÍAS PLAUL,
GERENTE DE VENTAS DE ASUS ARGENTINA**

ASUS creció un 40% en Argentina y apuesta a expandirse al mercado corporativo

La filial local de ASUS cerró 2025 con un crecimiento del 40% en Argentina, consolidando su posicionamiento en el segmento de notebooks premium y de alto rendimiento, en un contexto marcado por la creciente adopción de tecnologías vinculadas a la inteligencia artificial.

Durante el último año, la compañía enfocó su estrategia en fortalecer sus líneas high-end y gaming, acompañando una demanda cada vez más orientada a equipos con mayor potencia y versatilidad. En ese marco, el segmento de laptops para videojuegos registró un incremento del 60% interanual, alcanzando el 10% de las ventas totales de la marca en el país.

"En 2025 no solo crecimos en volumen, sino también en la relevancia de nuestras soluciones para el usuario argentino, señaló Matías Plaul, Gerente de Ventas de ASUS Argentina. "La inteligencia artificial se convirtió en un estándar de eficiencia y productividad".

La empresa sobresalió durante el evento de Cyber Monday, donde superó el 20% de participación en el segmento de consumo y el 40% en gaming. En esa jornada, la línea Vivobook con procesador AMD Ryzen 5 se posicionó como el modelo más vendido.

Asimismo, el portafolio mostró una fuerte demanda en productos premium y gaming, con protagonismo de dispositivos como Zenbook DUO, las familias ROG y TUF, y la consola portátil ROG Xbox Ally, reflejando una ten-

"EN 2025 NO SOLO CRECIMOS

EN VOLUMEN, SINO TAMBIÉN

EN LA RELEVANCIA DE

NUESTRAS SOLUCIONES PARA

EL USUARIO ARGENTINO".

dencia hacia experiencias híbridas entre productividad y entretenimiento.

"NUESTROS NUEVOS DESARROLLOS,

COMO LOS PROCESADORES CON

NPU DEDICADA, RESPONDEN A

DEMANDAS CONCRETAS DEL

MERCADO, COMO UNA MAYOR

AUTONOMÍA, MÁS POTENCIA Y

MEJOR PORTABILIDAD".

Otro de los ejes del crecimiento estuvo vinculado a la integración de soluciones basadas en inteligencia artificial, particularmente en equipos con procesadores que incorporan NPU dedicada, orientados a mejorar la autonomía, la portabilidad y la capacidad de procesamiento.

De cara a 2026, la compañía proyecta ampliar su presencia en el país con una estrategia de ingreso al segmento corporativo mediante su línea ExpertBook, orientada a organizaciones públicas, privadas y al sector educativo.

Con este movimiento, ASUS buscará diversificar su base de clientes y fortalecer su posicionamiento más allá del mercado de consumo. "Nuestros nuevos desarrollos, como los procesadores con NPU dedicada, responden a demandas concretas del mercado, como una mayor autonomía, más potencia y mejor portabilidad", explicó Plaul.

La estrategia refleja una apuesta por capitalizar la evolución del mercado tecnológico local, donde la convergencia entre trabajo, estudio y entretenimiento impulsa la demanda de dispositivos cada vez más avanzados.

Soberanía digital: eje estratégico en la era de la nube y la IA

La soberanía digital se consolida como uno de los temas prioritarios en la agenda tecnológica de empresas y gobiernos, en un contexto marcado por la aceleración de la inteligencia artificial, la expansión de la nube y el avance de regulaciones cada vez más exigentes. Lejos de limitarse a la localización de datos, el concepto evoluciona hacia un enfoque más amplio centrado en el control efectivo de la infraestructura, la operación y la información crítica.

En este escenario, desde Red Hat destacan que el desafío actual consiste en lograr un equilibrio entre innovación y cumplimiento normativo, sin resignar competitividad.

"La soberanía digital no se trata de cerrar fronteras tecnológicas, sino de asegurar que las organizaciones y los países conserven el control sobre sus decisiones, su infraestructura y su propiedad intelectual en un entorno global cada vez más complejo", dijo Thiago Araki, Director Senior de Ventas de Tecnología para América Latina.

A nivel regional, informes recientes evidencian brechas en capacidades de gobernanza de datos, especialmente en aspectos como calidad e interoperabilidad dentro del sector público. Este contexto impulsa a los países a reforzar sus marcos regulatorios y políticas de protección. En la Argentina, la discusión cobra especial relevancia a partir de iniciativas vinculadas a la seguridad de los datos, la transparencia y la actualización de normativas como la Ley de Protección de Datos Personales. Estas medidas reflejan una creciente preocupación por garantizar el control sobre la información en un entorno digital cada vez más complejo.

Desde el sector privado, la respuesta se traduce en una adopción creciente de esquemas de nube híbrida y multi-cloud, que permiten combinar flexibilidad tecnológica con cumplimiento regulatorio. Esta estrategia se vuelve clave frente al avance de la inteligencia artificial, que amplifica tanto las oportunidades como los riesgos en materia de privacidad y seguridad. "No adoptar una estrategia de soberanía digital incrementa la dependencia tecnológica y expone a las organizaciones a riesgos legales, operativos y de seguridad que pueden comprometer su competitividad



Thiago Araki, Director Senior de Ventas de Tecnología para América Latina, y Victoria Martínez Suárez, Artificial Intelligence Business Development Manager para Latinoamérica en Red Hat.

y su continuidad en el largo plazo", agregó Araki.

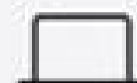
En este marco, la soberanía digital deja de ser un concepto estrictamente técnico para convertirse en una decisión estratégica, con impacto en la resiliencia y autonomía de las organizaciones. Su implementación abarca tres dimensiones fundamentales: datos, operación y propiedad intelectual.

Por su parte, Victoria Martínez Suárez, Artificial Intelligence Business Development Manager para Latinoamérica en Red Hat, subraya el rol del ecosistema tecnológico en este proceso: "Trabajamos junto a organizaciones públicas y privadas para implementar entornos de nube híbrida que promuevan mayor control, cumplimiento y resiliencia operativa. Además, impulsamos el desarrollo del ecosistema tecnológico en la región a través de alianzas con universidades y un sólido programa académico que brinda acceso gratuito a capacitación y certificaciones en áreas clave como código abierto, Linux, Kubernetes, automatización e inteligencia artificial".

De cara al futuro, el reto para gobiernos y empresas no pasa únicamente por adoptar nuevas tecnologías, sino por hacerlo bajo un enfoque que garantice control, cumplimiento y confianza. En un mundo donde la infraestructura digital es un factor determinante del crecimiento económico, la soberanía digital se perfila como un pilar clave para la competitividad sostenible.

NUEVA MACBOOK NEO REDEFINE LA EXPERIENCIA CORPORATIVA

MÁS RENDIMIENTO, MÁS SEGURIDAD Y UNA INTEGRACIÓN SIN FRICCIONES.



Pantalla Liquid Retina de 13"



Batería de 16 horas
de duración



Volá por las tareas diarias
y tus app favoritas

MENOS COMPLEJIDAD. MÁS RESULTADOS.

Ceven permite implementaciones simples, escalables y listas para entornos TI: con despliegue ágil, gestión centralizada, seguridad desde el inicio y compatibilidad corporativa.

Como Business Partner de Apple, acompañamos a las organizaciones y a los canales en cada etapa, desde la adopción hasta la operación, con soluciones diseñadas para crecer.



Consultá ahora



ceven.com/apple



apple@ceven.com



[ceven-sa](https://ceven-sa.com)

Ciberdefensa, inteligencia artificial y riesgo cuántico: una agenda estratégica para la Argentina



Escribe

Marc Asturias

Field CISO para Gobierno
en Fortinet

En el IV Congreso Hemisférico de Seguridad y Defensa, organizado por el capítulo argentino del William J. Perry Center for Hemispheric Defense Studies y realizado en la Universidad de la Defensa Nacional (UNDEF), quedó planteado un hecho irrefutable: la seguridad digital dejó de ser un tema netamente técnico y pasó a ser una cuestión estratégica. Cuando consideramos que una intrusión puede comprometer la generación y la distribución de energía eléctrica, los servicios de salud, el transporte, las telecomunicaciones o el sector financiero, ya no hablamos solo de sistemas informáticos, sino las líneas de vida del país, continuidad del Estado, la confianza pública y la estabilidad económica.

Ese fue el marco de una serie de discusiones que, en rigor, trascendieron el evento. La Argentina enfrenta un entorno en el que las amenazas impulsadas por inteligencia artificial (IA) son más veloces, distribuidas y eficaces, y al mismo tiempo más

difíciles de contener con herramientas tradicionales. La senadora nacional, Patricia Bullrich, lo sintetizó con claridad al advertir que “los fenómenos como el terrorismo y el crimen organizado ya no responden a lógicas aisladas, sino que se articulan en redes globales con capacidad de adaptación”. Esta misma lógica es igualmente válida para el dominio digital a la cual nos enfrentamos: los atacantes operan en red, usan IA, aprenden rápidamente y explotan la fragmentación institucional del defensor.

En este contexto vale distinguir entre la ciberseguridad y la ciberdefensa. La primera protege. La segunda detecta, resiste y responde antes de que el adversario produzca efectos operacionales. Esa diferencia es crucial reconocerla, porque si la organización no cuenta con una plataforma basada en IA que aprende a lo largo de los ataques que recibe, existirá una asimetría temporal que puede ser decisiva. Hoy, una organización puede ser penetrada y sufrir de servicios degradados en horas, mientras que sus procesos de validación, escalamiento y respuesta siguen siendo medidos en términos de días o semanas.

La IA profundiza esa brecha. Ya no es solo una herramienta para actores legítimos, sino una herramienta que puede automatizar los ataques, con mejores campañas de engaño y

puede seleccionar vulnerabilidades y escalar ataques con menos costo técnico. Como señalé durante el congreso, “una vulnerabilidad puede ser explotada en pocos días desde que se hace pública, mientras que los sistemas tardan meses en detectarla, lo que amplía la brecha de riesgo”. Ese es el núcleo del problema: la ofensa avanza a la velocidad de máquina y gran parte de la defensiva todavía opera a velocidad burocrática.

Pero la respuesta no consiste simplemente en agregar una plataforma de manejo basado en IA y el despliegue de arquitecturas dotadas de buenas prácticas y alineadas a marcos de referencia establecidos, sino que depende también de buena gobernanza, doctrina y colaboración. El perímetro real ya no es solo la red, sino la identidad. Son las credenciales, los accesos privilegiados, las cuentas de servicio y la autenticación dentro de un marco de Confianza Cero (o Zero Trust en inglés) para sostener la operación efectiva. Del mismo modo, la segmentación entre entornos, la visibilidad sobre sistemas críticos y de continuidad operativa bajo ataque deben entenderse como funciones vitales de la resiliencia nacional. En ciberdefensa, el objetivo no es la prevención perfecta, sino la capacidad de seguir operando bajo presión persistente.

Click aquí para continuar leyendo este artículo.

All-in-One P4 | P7

P.O.S.=TA
POS!

3nStar



Los **AIO** más potentes del mercado ahora **con el software P.O.S.=TA POS!**

LA COMBINACIÓN PERFECTA ENTRE HARDWARE Y SOFTWARE

netpointar @netpointargentina



P4 | Series

SISTEMA DE PUNTO DE VENTA SIN VENTILADOR ALL IN ONE
Intel® N95 | Core™ i5



P7 | Series

TERMINAL DE PUNTO DE VENTA MODULAR SIN VENTILADOR
Intel® Core i5 12th Gen | Intel® Core N95

CONECTÁ CON NOSOTROS ¡AHORA!

Netpoint
Argentina

NETPOINTAR.COM

Infraestructura híbrida, virtualización e IA: Licencias OnLine analiza las tendencias tecnológicas

Licencias OnLine presentó un nuevo episodio de su ciclo de análisis tecnológico *LOL Cast Tendencias 2026*, un espacio de streaming en el que especialistas del distribuidor analizan las tecnologías que están marcando la agenda del sector. En esta oportunidad, el foco estuvo puesto en infraestructura híbrida, virtualización e inteligencia artificial, tres pilares que están redefiniendo la arquitectura tecnológica de las organizaciones en la región.

El programa profundiza en cómo las empresas están evolucionando desde modelos tradicionales hacia esquemas que combinan nube, entornos on premise y plataformas virtualizadas. Según los especialistas, esta convergencia permite a las compañías ganar mayor escalabilidad, optimizar recursos y responder con más agilidad a los cambios del mercado. Desde Licencias OnLine remarcan que la infraestructura dejó de ser únicamente un soporte técnico para convertirse en un componente central de la estrategia de negocio. Hoy, las organizaciones buscan arquitecturas tecnológicas que les permitan incrementar la eficiencia operativa, mejorar la resiliencia y habilitar nuevos procesos de innovación.

En ese marco, el episodio analiza cómo la infraestructura híbrida se consolida como uno de los modelos más adoptados en América Latina. Este enfoque permite a las empresas equilibrar costos, mantener el control sobre ciertos sistemas críticos y al mismo tiempo aprovechar la flexibilidad de la nube para escalar servicios o desplegar nuevas aplicaciones.

Otro de los ejes abordados es el avance de la virtualización, que continúa ampliando sus casos de uso dentro de las organizaciones. De acuerdo con el análisis presentado en el streaming, estas tecnologías permiten optimizar el uso del hardware disponible, mejorar la continuidad operativa y reducir costos asociados a la gestión de infraestructura física.

El capítulo también pone el foco en el creciente papel de la inteligencia artificial aplicada a la infraestructura. Las plataformas basadas en IA permiten automatizar tareas operativas, anticipar incidentes y mejorar la toma de decisiones



mediante el análisis de grandes volúmenes de datos. En entornos híbridos, estas capacidades se vuelven clave para administrar arquitecturas cada vez más complejas.

Los especialistas coinciden en que infraestructura y seguridad ya no pueden abordarse de manera separada. La evolución tecnológica exige mayor integración entre plataformas, automatización de procesos y una visión estratégica de largo plazo que permita a las organizaciones prepararse para los desafíos que se proyectan hacia 2026.

La primera edición de *LOL Cast Tendencias 2026*, dedicada a ciberseguridad, superó las 8.600 visualizaciones y continúa disponible bajo demanda, lo que refleja el interés del ecosistema tecnológico por acceder a análisis y conversaciones sobre el rumbo de la industria. Con esta segunda entrega, el ciclo amplía su alcance y profundiza en uno de los componentes fundamentales de la transformación digital.

Además del streaming, Licencias OnLine puso a disposición el *Reporte Tendencias LOL 2026*, un documento que reúne insights y datos de mercado para comprender mejor la evolución tecnológica de la región. El informe puede descargarse de manera gratuita desde el sitio del distribuidor.

Con *LOL Cast Tendencias 2026*, Licencias OnLine busca consolidar un espacio que combine visión de mercado, conocimiento técnico y debate sobre las oportunidades, acompañando a partners en la identificación de nuevas estrategias en un entorno tecnológico cada vez más dinámico.

TEAMGROUP desembarca en el canal de distribución argentino de la mano de Elit

El mayorista Elit anunció la incorporación de TEAMGROUP a su portafolio en Argentina, en el marco de una alianza que busca ampliar la oferta de soluciones de almacenamiento para el canal reseller en todo el país. La compañía suma así una marca global con fuerte crecimiento en Latinoamérica, con foco inicial en memorias RAM y unidades SSD para los segmentos corporativo, consumo y gaming.

Con más de 25 años de experiencia en el desarrollo de productos y presencia internacional, TEAMGROUP es un fabricante global especializado en soluciones de memoria y almacenamiento. Su propuesta se estructura en tres grandes líneas: TeamGroup, orientada a consumo y negocios; T-Force, enfocada en gaming de alto rendimiento; y T-Create, diseñada para creadores de contenido y usuarios profesionales.

Fortalecer la presencia en el mercado argentino

“La alianza con Elit marca un hito clave en la estrategia de TEAMGROUP para profundizar su presencia en el mercado argentino. A través de la sólida red de distribución a nivel nacional y la madura infraestructura logística de Elit, TEAMGROUP podrá ampliar significativamente su cobertura comercial y la visibilidad de su marca en todo el país, fortaleciendo la competitividad de sus productos en el canal local”, afirmó Ken Cho, vicepresidente de ventas de TEAMGROUP.

Desde Elit explicaron que la decisión responde a una estrategia centrada en ampliar las opciones disponibles para el canal con productos competitivos y de alto valor. “Elegimos sumar TEAMGROUP porque es una de las marcas de mayor crecimiento y adopción en Latinoamérica. En el contexto del mercado argentino, el consumidor busca la mejor relación costo-rendimiento sin sacrificar estética ni calidad. TEAMGROUP logra exactamente eso. Su incorporación responde a nuestra estrategia de escuchar al canal, que nos pedía opciones competitivas, confiables y con fuerte tracción en los segmentos gamer y corporativo”, dijo Matías



Ken Cho, vicepresidente de ventas de TEAMGROUP, y Matías Strassera, Category Manager de Componentes de Elit.

Strassera, Category Manager de Componentes de Elit.

Ampliar el portafolio de componentes

La llegada de la marca complementa la oferta actual de hardware del mayorista. “TEAMGROUP entra como una pieza clave en nuestro ecosistema de componentes. Viene a robustecer nuestra propuesta de almacenamiento y memoria RAM, permitiéndole a nuestros clientes armar soluciones completas directamente con nosotros. Ya sea que el reseller necesite equipar una oficina o armar una PC entusiasta de gama alta, ahora cuenta con una opción de primera línea que se integra perfectamente con el resto de las marcas de hardware que ya distribuimos”, agregó Strassera.

En una primera etapa, la disponibilidad estará centrada en las líneas con mayor demanda del mercado. Elit contará con stock inmediato de la línea TeamGroup Elite para armado de equipos, mientras que próximamente incorporará productos de la familia T-Force, orientados al segmento gaming, entre ellos las memorias Delta RGB y Vulcan Z. Más adelante también se sumará la línea T-Create, pensada para creadores de contenido.

La propuesta se completará con un inventario amplio de unidades de almacenamiento SSD SATA y NVMe en las capacidades más demandadas del mercado.

canal **AR**

SOFTWARE Y PUNTO DE VENTA

PABLO SELTZER,
CEO DE NETPOINT ARGENTINA

Netpoint presentó a sus canales una nueva estrategia basada en soluciones de software

El mayorista Netpoint Argentina reunió a sus principales canales de distribución en el Club de Veleros Barlovento, en Victoria (Buenos Aires), en un encuentro en el que presentó una nueva estrategia comercial basada en soluciones de software integradas a su portafolio de hardware. La jornada también incluyó una charla del economista Esteban Domecq, quien analizó el contexto macroeconómico argentino y las perspectivas para los próximos meses.

Durante el encuentro, Pablo Seltzer, CEO de Netpoint, explicó que la convocatoria tuvo un doble objetivo: compartir con los partners la visión económica de corto plazo y presentar una evolución en la propuesta tecnológica del mayorista. "Hoy nos juntamos con muchos de nuestros resellers del canal de distribución con dos motivos. Por un lado, poder entender qué es lo que podría pasar con la economía argentina en los próximos seis meses. Y por otro lado, darle a conocer al canal una nueva estrategia de llegada al mercado", señaló Seltzer.

La iniciativa gira en torno a la expansión de la suite de software P.O.S.=TA POS, una plataforma que la compañía viene desarrollando desde hace años y que ahora amplía su alcance con nuevas aplicaciones diseñadas para distintos escenarios de hardware. Entre las soluciones presentadas se encuentran Posta Go, Posta Post, Posta Scan y Posta Tu Turno, aplicaciones que permiten a los partners ofrecer a sus clientes herramientas para optimizar la interacción con usuarios finales y mejorar procesos operativos.

Según explicó Seltzer, uno de los diferenciales de la propuesta es que estas herramientas estarán disponibles para los partners sin costos adicionales, lo que facilita su adopción dentro del canal. "Estas aplicaciones permiten al canal llegar a sus clientes con un modelo de trabajo que facilita de manera muy dinámica la relación entre cada uno de nuestros clientes y sus propios clientes", destacó.

Además, la nueva suite incorpora motores de inteligencia artificial basados en modelos de lenguaje, lo que habilita

nuevas formas de acceso a la información para los usuarios finales. "Toda esta nueva suite de aplicaciones está basada en diferentes motores de inteligencia artificial de modelos de lenguaje que le permiten al usuario final acceder a resúmenes de información a través del lenguaje natural", agregó el ejecutivo.

El escenario económico hacia 2026

Como parte de la agenda del evento, el economista Esteban Domecq, director y socio fundador de la consultora Invecq y docente de macroeconomía del Universidad del CEMA, presentó un análisis del contexto económico argentino para 2026 ante los empresarios presentes. Durante su exposición, explicó que la economía argentina comenzó a recuperarse luego de los ajustes implementados en 2024, aunque con una dinámica desigual entre sectores. "Tenemos una economía que, después de los ajustes iniciales de 2024, se recuperó. En 2025 empieza a encontrar cierto amesetamiento, pero es una economía que a nivel sectores está muy quebrada, muy heterogénea", señaló.

"Hay que entender esa dinámica de sectores con distintos desempeños, que no solo es a nivel sectorial sino también regional, para entender cómo se está moviendo la macro en general y también cada negocio en particular", explicó. De acuerdo con sus estimaciones, la economía podría mostrar una recuperación moderada durante el año, aunque los promedios esconden realidades muy dispares.

"Entender de qué se trata esta transformación, cuáles son las proyecciones y dónde están las actividades más dinámicas es crucial para adaptarse a un entorno que sigue siendo desafiante", concluyó.

El encuentro formó parte de la estrategia de Netpoint para fortalecer el vínculo con su ecosistema de partners y acompañar al canal en la evolución hacia modelos de negocio que integren hardware, software y servicios basados en inteligencia artificial.

canal **AR**

Legamaster



ALIANZA ENTRE CEVEN Y LEGAMASTER

ARIEL DAVIS, DIRECTOR COMERCIAL DE CEVEN Y
RICARDO CASTRO LECHTALER, MANAGING DIRECTOR DE
LEGAMASTER LATAM

Ceven y Legamaster anunciaron una alianza para ampliar la distribución de soluciones visuales

El distribuidor IT Ceven y la marca de soluciones de colaboración visual Legamaster anunciaron una alianza estratégica para expandir la presencia de la marca en el mercado argentino. El acuerdo apunta a potenciar el alcance comercial en segmentos corporativos y educativos, aprovechando la red logística y comercial del mayorista.

Legamaster forma parte del grupo alemán Edding, reconocido globalmente por sus marcadores y soluciones de escritura. Con más de 80 años de trayectoria y presencia en Argentina desde hace más de cuatro décadas, la compañía se especializa en superficies de escritura tanto analógicas como digitales. "Somos el brazo de todo lo que son superficies de escritura, desde pizarrones blancos —que dieron origen a nuestra marca hace unos 60 años— hasta monitores interactivos y no interactivos", explicó a CanalAR Ricardo Castro Lechtaler, Managing Director de Legamaster LATAM. "Somos líderes en Europa y también en varios rubros en Argentina", agregó.

Históricamente, Legamaster tuvo una fuerte presencia en segmentos específicos como educación y entornos corporativos, particularmente en industrias exigentes como Oil & Gas, donde la robustez de sus equipos fue un factor diferencial. Sin embargo, en el último año y medio la compañía amplió su portafolio con productos orientados a un mercado más masivo. "Lanzamos soluciones más versátiles y a buen precio, manteniendo nuestro sello distintivo de durabilidad y bajo mantenimiento", indicó. En ese contexto, el ejecutivo destacó que la capacidad logística y el alcance comercial de Ceven resultan clave para impulsar estas nuevas líneas.

Entre las soluciones destacadas, Castro Lechtaler mencionó a los monitores interactivos, uno de los productos más representativos de la marca y pioneros dentro del portafolio de Legamaster. Además, la compañía presentó recientemente la línea Discover, compuesta por monitores profesionales no interactivos pensados para salas de reuniones y aplicaciones de cartelería digital.

Estos equipos incluyen un sistema operativo Android abierto y actualizable, una bahía para integrar una computadora interna —convirtiéndolos en soluciones all-in-one— y la posibilidad de crear video walls mediante funcionalidad de tiling, que permite conectar múltiples pantallas en cadena sin necesidad de hardware adicional. También están diseñados para uso continuo 24/7.

Desde Ceven, la incorporación de Legamaster se enmarca en su estrategia de fortalecer el segmento corporativo con soluciones integrales para entornos de colaboración. "Estamos celebrando el lanzamiento de una alianza estratégica para distribuir la marca en Ceven. Legamaster es muy reconocida internacionalmente y nos permite complementar nuestra estrategia de desarrollo del segmento corporativo", explicó Ariel Davis, director comercial de Ceven.

"El futuro del trabajo es cada vez más híbrido y colaborativo, y contar con este tipo de soluciones nos permite ofrecer propuestas más completas al canal", afirmó, y destacó que el portafolio de Legamaster se integra de manera natural con otras marcas que el mayorista ya distribuye, como Apple, HP, Huawei y Poly, permitiendo construir soluciones completas para clientes corporativos. "El complemento de Legamaster nos permite fortalecer el recorrido que venimos haciendo en Ceven para brindar soluciones completas a los canales corporativos", explicó.



Esteban Cerbelli, Key Account Manager Legamaster Latam, y Rodrigo Javier Cetrángolo, Product Manager en Ceven.

Smart Cities 4.0: el negocio que convierte a las ciudades en clientes del ecosistema IT



Escribe

Débora Slotnisky

Periodista especializada
en Tecnología

La evolución de las ciudades inteligentes está entrando en una nueva fase. Ya no se trata de sensores, conectividad o aplicaciones aisladas: el modelo ahora tiene que ver con plataformas integradas de inteligencia artificial (IA) que funcionan como servicio. Este es uno de los principales ejes que se abordan esta semana en la 13ra edición del evento Smart City Summit & Expo 2026 (SCSE) and Net Zero City Exhibition, que se está llevando a cabo en Taipei, Taiwán, con la presencia de Canal AR. De hecho, tanto en los más de 2250 stands como en las disertaciones expresaron que el negocio de las smart cities está migrando hacia un enfoque más cercano al mundo IT tradicional, es decir, relacionado con infraestructura, plataformas y servicios combinados en un stack completo.

El cambio es estructural. Durante años, las iniciativas de ciudades inteligentes se apoyaron en proyectos puntuales, desde sistemas de videovigilancia hasta soluciones de movilidad o gestión energética. Hoy, la tendencia apunta a lo que en Taipéi presentan como “AI City as a Service”, un modelo que integra

infraestructura, plataformas de gestión y aplicaciones en una arquitectura unificada. En ese esquema, las ciudades dejan de ser usuarias de soluciones aisladas para convertirse en clientes de plataformas tecnológicas completas. Este giro incluye el protagonismo de la IA: “La IA ya no es solo una herramienta, sino que se presenta como el 'cerebro' de la gobernanza de la ciudad”, afirman desde la organización del evento.

El interés del mercado acompaña esta evolución. Las proyecciones indican que la inversión en IA aplicada a ciudades inteligentes crecerá con fuerza en los próximos años, impulsada por la necesidad de optimizar recursos, mejorar servicios y responder a desafíos como el crecimiento urbano y la sostenibilidad. Charles Huang, subsecretario general de la Asociación de Informática de Taipéi, afirmó que “la IA está en todas partes” y que las aplicaciones de esta tecnología son la característica más destacada de la exposición de este año.

Samson Hu, codirector ejecutivo de ASUSTeK y presidente de la Alianza de Soluciones para Ciudades Inteligentes de Taiwán, afirma que “Taiwán seguirá uniéndose al gobierno, la industria y el mundo académico para perfeccionar las soluciones de IA para ciudades y promoverlas internacionalmente, consolidando la reputación de Taiwán como centro de innovación en IA urbana”.

En ese contexto, el canal IT gana protagonismo ya que la complejidad de estos

proyectos para la ciudad inteligente exige integración de múltiples capas tecnológicas, despliegues híbridos que combinan cloud y edge, y modelos de operación continua. Esto desplaza el foco desde la venta de productos hacia la provisión de servicios y posiciona a integradores y partners como actores centrales.

Al mismo tiempo, empiezan a consolidarse áreas donde la adopción se acelera. Transporte, salud, seguridad y energía aparecen como los principales vectores de implementación, todos atravesados por la necesidad de procesar datos en tiempo real y tomar decisiones automatizadas.

Uno de los conceptos que empieza a ganar terreno es el de “Sovereign AI” aplicado a ciudades. La idea es que los gobiernos locales no solo utilicen tecnología, sino que tengan control sobre sus datos, sus modelos y su infraestructura. Este enfoque abre nuevas oportunidades, pero también eleva la vara para el ecosistema tecnológico, que debe responder con mayor capacidad de integración, desarrollo y operación.

Aunque este tipo de despliegues está más avanzado en Asia, en Taipéi mencionan en voz alta que la idea es escalar el modelo hacia distintas partes del mundo, incluyendo América Latina. En este sentido, varios ejecutivos que conversaron con Canal AR manifestaron que nuestra región tiene un alto potencial.

Air Computers presentó un bot inteligente para optimizar la atención y la operatoria del canal

En el marco del evento de lanzamiento del programa de incentivos Baltic Legends, el mayorista Air Computers anunció una nueva herramienta digital orientada a mejorar la experiencia y la eficiencia del canal: un bot inteligente diseñado para facilitar la consulta de información comercial y la gestión de operaciones en tiempo real.

Airbot forma parte de la estrategia de transformación digital del mayorista, con foco en acompañar a resellers y partners en un contexto donde la velocidad de respuesta y la disponibilidad de información se vuelven factores clave para concretar oportunidades de negocio.

El nuevo bot de Air Computers fue desarrollado durante más de seis meses y se presenta como una extensión compacta de la plataforma web del mayorista, orientada a su uso en escenarios de movilidad.

"No se trata solo de un chat, sino de una herramienta diseñada para acompañar al canal cuando está fuera de la oficina, en una reunión con un cliente o cerrando una operación", destacó Sergio Airoldi, CEO de Air Computers.

Funcionalidades clave: información y operación en tiempo real

Entre las principales funciones del bot se destacan:

- Consulta de stock en tiempo real, con acceso a más de 2.000 productos del catálogo y visualización de disponibilidad según la lista de precios del cliente.
- Información geolocalizada, que permite conocer el stock en las sucursales de Córdoba y Rosario, así como en el centro logístico de Lugano, optimizando las decisiones de abastecimiento.
- Gestión de pedidos, con la posibilidad de cargar notas de venta directamente desde el chat, que se envían al vendedor asignado del cliente.

Además, el bot fue entrenado para interpretar abreviaturas y términos habituales del sector, como "NB" (note-



book), con el objetivo de agilizar la interacción y reducir fricciones en la búsqueda de información.

Un paso más en la digitalización del ecosistema comercial

El lanzamiento del bot se inscribe en un proceso de mejora continua de las herramientas digitales de Air Computers. La compañía destacó la importancia de la participación del canal en la evolución de la plataforma.

"Queremos que los usuarios sean parte del desarrollo de esta herramienta, la prueben y nos compartan sus necesidades para seguir potenciando su trabajo diario", dijo Airoldi.

Cómo acceder al bot de Air Computers

Para comenzar a utilizar la herramienta, los clientes deben registrarse en la plataforma del mayorista y vincular sus números de celular, con la posibilidad de asociar hasta cinco líneas por cuenta. Luego, basta con escanear el código QR oficial para agendar el contacto y comenzar a interactuar con el bot.

Con este lanzamiento, Air Computers refuerza su apuesta por la innovación y la digitalización del canal, ofreciendo soluciones orientadas a acelerar procesos, mejorar la toma de decisiones y maximizar las oportunidades comerciales en un mercado cada vez más dinámico.

El retail en Argentina: de la promesa digital a la fase de ejecución con IA



Escribe

Fernando Pedemonte

Gerente Multiindustria de
SONDA Argentina

La industria del retail se ha referido, durante años, a la transformación digital como una promesa futura. Cada nuevo evento, cada nueva tecnología, abría la conversación sobre lo que algún día sería posible. No obstante, el mensaje que dejó el National Retail Federation (NRF) 2026 es distinto y mucho más concreto: el retail ya no está imaginando el futuro, más bien está empezando a operarlo. La principal señal de este cambio es la madurez con la que hoy se aborda la tecnología. En esta edición, la inteligencia artificial pasó de presentarse como una innovación experimental a consolidarse como una capa estructural del negocio. No se trata de pilotos aislados ni de pruebas de concepto, sino de soluciones ya integradas en procesos críticos como la gestión de inventarios, la optimización de precios, la prevención de pérdidas o la automatización operativa, con impacto directo en eficiencia y resultados.

Este punto es especialmente relevante para Argentina. Nuestro país

enfrenta una realidad marcada por márgenes estrechos, altos costos operativos, complejidades logísticas y consumidores cada vez más sensibles al precio. Es en esta línea, cuando la discusión tecnológica pierde todo sentido si no se traduce en productividad, control y capacidad de ejecución. La innovación ya no es un diferencial aspiracional, más bien pasó a ser un requisito para sostener el negocio.

El NRF 2026 mostró con claridad que el foco ya no es sumar nuevas capas tecnológicas, sino reducir fricciones. Las organizaciones que están liderando el cambio entendieron que innovar es simplificar la operación, no complejizarla. Esto, integrando datos, procesos y personas en un mismo flujo de valor. La tecnología que realmente transforma es la que se vuelve invisible para el cliente, pero decisiva para la toma de decisiones internas.

Uno de los errores más frecuentes es intentar replicar modelos de otros mercados sin considerar la realidad local. Argentina necesita, con urgencia, adaptar soluciones a contextos operativos más desafiantes, no copiar esquemas ajenos. La buena noticia es que hoy existen tecnologías modulares, escalables y con retorno claro, capaces de ajustarse a distintos niveles de madurez digital sin exigir transformaciones estructurales inmediatas.

Otro aprendizaje relevante es la evolución del comercio unificado, y por eso ahora el desafío es ser coherente. Coherente en precios, en disponibilidad de productos, en tiempos de respuesta y en experiencia. El cliente no distingue canales, distingue promesas cumplidas o incumplidas, y lograr esa coherencia no es un proyecto tecnológico, es, sino, una decisión cultural que atraviesa a toda la organización.

La tienda física, lejos de desaparecer, reafirma su rol estratégico. Pasó de ser un punto de venta hacia un nodo donde convergen experiencia, logística, datos y marca. Y es que, cuando lo físico y lo digital se integran de forma natural, el retail deja de competir consigo mismo y empieza a responder mejor a las expectativas del consumidor.

El mensaje de fondo es claro: el retail entró en una fase donde la ventaja competitiva no está en innovar primero, sino en ejecutar mejor. El 2026 es una agenda inmediata, con impacto directo en eficiencia, competitividad y sostenibilidad del negocio. Las organizaciones que entiendan este cambio de fase estarán mejor preparadas para el exigente entorno actual. Las que sigan tratando la transformación digital como un ejercicio teórico, lamentablemente quedarán rezagadas ante un mercado que ya decidió avanzar.

Brecha de género en tecnología: qué revela la nueva investigación de Chicas en Tecnología

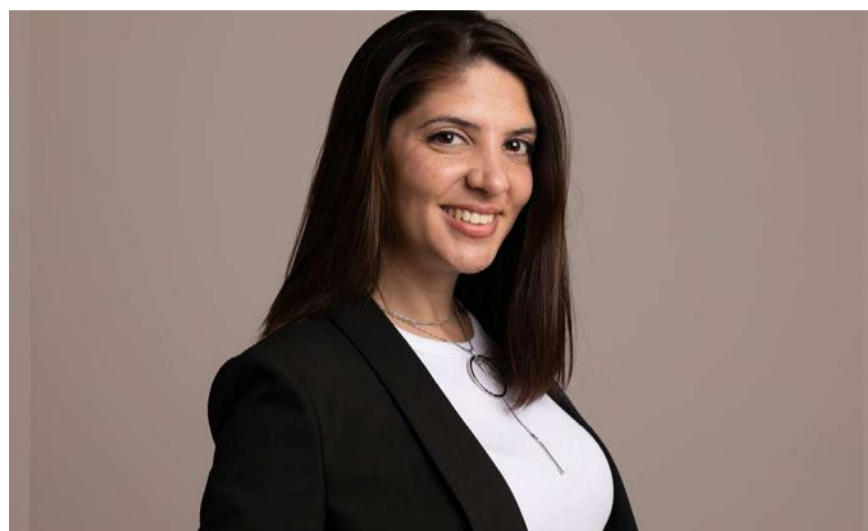
En el marco del Día Internacional de la Mujer, la organización Chicas en Tecnología dio a conocer “Paridad en Código”, un informe que aporta datos actualizados sobre la participación femenina en el sector tecnológico argentino y expone las brechas que aún persisten en empleo, liderazgo y condiciones laborales. El estudio, basado en una encuesta a 50 empresas del sector y entrevistas a especialistas, confirma una tendencia que se repite a nivel global: la participación de mujeres en tecnología continúa siendo minoritaria. En Argentina, solo el 36% de las personas que trabajan en empresas tecnológicas son mujeres.

A pesar del crecimiento sostenido de la industria tecnológica, el informe identifica una brecha estructural de género que atraviesa toda la trayectoria laboral: desde el acceso al empleo hasta las oportunidades de desarrollo y liderazgo. En particular, la investigación muestra que la presencia femenina disminuye en los roles más técnicos y especializados, como desarrollo, analítica de datos o infraestructura, lo que evidencia una fuerte segmentación ocupacional.

Uno de los datos más contundentes del informe es la baja representación de mujeres en posiciones jerárquicas. Si bien muchas empresas cuentan con presencia femenina en niveles intermedios, en compañías grandes solo el 20% de los cargos directivos está ocupado por mujeres. Este fenómeno, conocido como “techo de cristal”, limita el acceso de las mujeres a espacios de toma de decisión, incluso cuando cuentan con la formación y experiencia necesarias.

El estudio también destaca una paradoja relevante: las mujeres presentan mayores niveles de formación académica que los varones dentro del sector. El 76% cuenta con estudios universitarios o de posgrado, frente al 54% de los hombres. Sin embargo, esta ventaja educativa no se traduce en igualdad de oportunidades, lo que sugiere la existencia de barreras culturales y organizacionales que condicionan su desarrollo profesional.

En términos de condiciones laborales, el sector muestra



Lucía Mauritzen, nueva Directora Ejecutiva de Chicas en Tecnología.

avances en materia de flexibilidad: el 98% de las empresas ofrece teletrabajo y el 96% cuenta con esquemas flexibles vinculados a la maternidad o paternidad. No obstante, estos beneficios conviven con desafíos persistentes. La investigación señala que el 30% de las mujeres trabaja bajo modalidad freelance, lo que implica trayectorias más inestables, especialmente en organizaciones con menor institucionalización de políticas de equidad.

Otro punto crítico es la brecha salarial. Aunque distintas fuentes estiman diferencias de entre el 17% y el 20%, la mayoría de las empresas no reconoce esta desigualdad: el 90% considera que no existen brechas salariales por género. Esta percepción se vincula con la falta de medición: solo el 18% de las compañías analiza de manera específica la brecha salarial, lo que dificulta su visibilización y abordaje.

El informe también advierte sobre la baja institucionalización de la agenda de género en las empresas tecnológicas. Apenas el 30% mide indicadores de equidad de forma sistemática y menos de la mitad cuenta con políticas de reclutamiento equitativo.

En un contexto de creciente demanda de talento, la investigación subraya que avanzar hacia una mayor inclusión no es solo una cuestión de equidad, sino también una condición necesaria para la innovación y el desarrollo.

Mujeres en tecnología: del acceso al poder de decisión



Escribe

Claudia Buranits

Directora de Alianzas y Ecosistemas en Kyndryl

América Latina transita una transformación digital acelerada, pero lo hace con una deuda estructural: la baja participación femenina en ciencia y tecnología. En la región, las mujeres ocupan aproximadamente el 28% de los puestos en ciencia e ingeniería.

Esa brecha se refleja todos los días en las decisiones, los equipos y las oportunidades que veo en la industria. No hay recorridos únicos ni lineales para liderar en tecnología: mi camino fue de reinención constante, pasando por áreas como Finanzas, RR.HH., Operaciones de negocio antes de llegar a liderar Alianzas Estratégicas. El mayor desafío no es que las mujeres ingresen, sino que puedan sostener y proyectar su carrera hacia roles claves y de decisión. El desafío no es solo el acceso, sino la permanencia y el ascenso a posiciones de liderazgo.

El reto es también construir trayectorias sostenibles que permitan a más mujeres llegar a áreas estratégicas de decisión como la inteligencia artificial, ciberseguridad y servicios digitales, temas clave para la competitividad, la innovación y el futuro económico de

la región. En esos espacios se definen prioridades, inversiones y modelos de adopción tecnológica.

La brecha de talento se vuelve crítica si se toma en cuenta que el 87% de los líderes empresariales -según información del *People's Readiness Report*- prevé que la IA transformará completamente los roles laborales en el próximo año, pero solo el 29% considera que su fuerza laboral está preparada para ese cambio. Ese desfase no es abstracto: se siente en los equipos y en las decisiones diarias, impactando con mayor fuerza en las mujeres.

Diversos estudios en la industria TI coinciden en algunas claves concretas para revertir esta tendencia: procesos de selección sin sesgos, programas de mentoría, políticas de flexibilidad laboral y métricas claras de diversidad vinculadas a objetivos de negocio. En otras palabras: cuando la inclusión se gestiona de la misma manera que un objetivo estratégico, los resultados aparecen. Se trata de rediseñar la cultura organizacional para que el talento femenino no solo ingrese, sino que permanezca y crezca. Esa convicción fue el pilar de mi recorrido profesional: la mentoría es una práctica cotidiana que abre puertas reales cuando se hace con compromiso.

Y eso es fundamental: trabajar sobre los referentes. La visibilidad de mujeres en roles técnicos y ejecutivos rompe estereotipos y amplía aspiraciones. Cuando una joven profesional

observa a otra liderar en el sector tecnológico, entiende que ese camino es posible. Por eso elijo estar presente: moderar conversaciones, participar en paneles y compartir experiencias con otras mujeres no es un gesto simbólico, es parte de construir referentes y de abrir la puerta para que más liderazgos emerjan.

La diversidad no es únicamente una cuestión de pertenencia inclusiva. En entornos de alta complejidad tecnológica, los equipos diversos muestran mayor capacidad para innovar y resolver problemas críticos. Y en ese punto también importa cómo lideramos: el liderazgo empático no es una debilidad, sino una fortaleza para construir equipos diversos, sostener el talento y crear condiciones reales de desarrollo. En contraposición a modelos tradicionales, la empatía bien aplicada eleva el desempeño porque mejora la confianza, la colaboración y la permanencia.

Pero el cambio comienza antes del primer empleo. La escasa presencia femenina en carreras STEM amplifica la falta de profesionales en áreas clave para el desarrollo económico regional. Las alianzas estratégicas entre empresas líderes en tecnología facilitan certificaciones, becas y programas de reskilling con foco en mujeres, especialmente en inteligencia artificial y ciberseguridad, donde la demanda supera ampliamente la oferta.

Click aquí para continuar leyendo este artículo.

El 85% de las empresas argentinas está en riesgo digital



Escribe

Daniel Ottone

Lider Región Empresas B2B
de Metrotel

La digitalización dejó de ser una opción y se convirtió en una condición para competir. Sin embargo, en Argentina el avance tecnológico no siempre está acompañado por estructuras de protección equivalentes.

Hoy, menos del 15% de las empresas cuenta con soluciones robustas de ciberseguridad, el resto navega si chaleco en medio de una tormenta digital.

El dato adquiere otra dimensión cuando se observa el tamaño del mercado: según cifras oficiales de ARCA (ex AFIP), existen más de 220.000 CUITs activos correspondientes a empresas en el país. Ese universo constituye el núcleo productivo argentino y, al mismo tiempo, un enorme mapa de oportunidad para quienes entiendan que la conectividad ya no es suficiente.

Una transformación más rápida que la protección

La tendencia tiene correlato regional, aunque en Argentina adquiere una urgencia particular. De acuerdo con

un relevamiento de Kaspersky (2023), el 57% de las empresas en América Latina reportó un incremento en ciberataques durante el último año y el 43% sufrió intentos de phishing.

En paralelo, un informe de Telecom Review Americas señala que el 90% de las empresas latinoamericanas considera prioritaria la digitalización y más del 95% proyecta aumentar su inversión tecnológica.

El contraste es evidente: la incorporación de herramientas digitales avanza con rapidez, mientras la inversión en defensa informática no crece al mismo ritmo.

El resultado puede sintetizarse en una idea incómoda pero necesaria: ciberataques y desafíos estructurales -por qué las empresas están perdiendo la carrera contra el riesgo tecnológico-

Empresas vs corporativo: una brecha silenciosa

En el segmento corporativo de gran escala, la gestión del riesgo digital forma parte estructural del presupuesto anual. En cambio, en el universo de empresas —que no se identifican con la etiqueta “PyME” pero tampoco cuentan con la estructura de los grandes conglomerados— la estrategia tecnológica suele concentrarse en infraestructura básica.

Ese enfoque fue suficiente en una etapa anterior, hoy puede convertirse en un punto ciego estratégico.

La información es el activo más crítico de cualquier organización: bases de clientes, transacciones, operaciones y procesos productivos dependen de sistemas interconectados. Cuando esos sistemas no están protegidos bajo una arquitectura integral, el crecimiento puede transformarse en vulnerabilidad.

Del proveedor técnico al socio estratégico

El escenario actual redefine el rol de quienes operan en el mercado TIC argentino. La conversación ya no gira exclusivamente en torno a ancho de banda o disponibilidad de red. El diferencial se desplaza hacia la capacidad de leer el negocio, anticipar riesgos y construir estrategias tecnológicas con visión de largo plazo.

En un contexto económico desafiante, cualquier interrupción digital impacta directamente en la competitividad. La resiliencia tecnológica deja de ser un atributo técnico para convertirse en un factor de supervivencia empresarial.

En un país con más de 220.000 empresas activas y con niveles de protección todavía bajos, la oportunidad es clara. La pregunta no es si la transformación digital continuará —eso parece irreversible—, sino quienes están preparados para acompañar a las empresas en una transición que exige más que servicio: requiere criterio, visión y compromiso con el negocio.

Nueva etapa en Google Argentina: Juan Vallejo asume con foco en la inteligencia artificial

La filial local de Google anunció la designación de Juan Vallejo como nuevo Director General para Argentina, marcando el inicio de una nueva etapa para la compañía en el país, donde opera desde hace 19 años.

El nombramiento se produce en un contexto de fuerte expansión de la inteligencia artificial (IA), una tecnología que la empresa considera clave para el desarrollo económico y social. Según el comunicado oficial, Vallejo tendrá como principal objetivo profundizar el compromiso de Google con el ecosistema digital argentino, promoviendo el acceso y la adopción de herramientas de IA en distintos sectores.

Foco en la democratización de la IA

Desde la compañía destacaron que la gestión del nuevo ejecutivo estará centrada en consolidar a la inteligencia artificial como motor de crecimiento. La estrategia apunta a extender sus beneficios a empresas, instituciones educativas y a la sociedad en general.

En esa línea, Vallejo subrayó el potencial del mercado local: "Argentina se destaca por su alta tasa de adopción de IA, con un 65% de usuarios que ya la utilizan para aprender y trabajar, superando la media global". Además, remarcó que el desafío será acelerar la innovación para generar un impacto "tangibles y transformador".

Un perfil con experiencia regional

De origen colombiano, Vallejo forma parte de Google desde hace seis años. Hasta ahora, se desempeñaba en México liderando áreas estratégicas como Retail, Tecnología, Telecomunicaciones, Medios y Aplicaciones. Previamente, ocupó cargos ejecutivos en FOX, donde llegó a ser vicepresidente ejecutivo con responsabilidad sobre operaciones en América Latina y Estados Unidos.



Juan Vallejo, nuevo Director General de Google para Argentina.

El ejecutivo cuenta con un MBA de la Universidad de Cornell y formación en Administración de Empresas con especialización en Negocios Internacionales.

Visión regional y respaldo interno

Por su parte, Adriana Noreña, vicepresidenta de Google para Hispanoamérica, destacó la importancia del nombramiento en un momento "bisagra" para la transformación digital en el país. Según afirmó, el conocimiento regional y la visión estratégica de Vallejo serán determinantes para consolidar a Argentina como un hub de innovación.

Continuidad de la inversión en el país

El anuncio también refuerza la apuesta de Google por Argentina, donde la compañía ha impulsado iniciativas relevantes en los últimos años. Entre ellas se destacan el cable submarino Firmina, inaugurado en 2024, y la entrega de más de 37.000 becas desde 2022, orientadas a formación en habilidades digitales.

Juan Vallejo asumirá formalmente su rol el 1 de abril, inicialmente desde México, para luego trasladarse a Buenos Aires e integrarse de manera presencial al equipo local.

GlobalLogic: "Argentina es un polo de talento e innovación"

La visita de Srinu Shankar, CEO de GlobalLogic, a la Argentina dejó una señal clara para la industria tecnológica local: el país continúa consolidándose como un polo estratégico para el desarrollo de inteligencia artificial y de ingeniería digital dentro de la estrategia global de la compañía y del Grupo Hitachi.

En un contexto global donde la inteligencia artificial atraviesa una transición desde la etapa experimental hacia su adopción como infraestructura crítica para las empresas, el ejecutivo destacó el valor del talento argentino y del ecosistema académico como factores diferenciales para impulsar esa transformación.

Argentina, más que un centro de delivery

Durante su paso por Buenos Aires, Shankar fue categórico al referirse al rol que cumple el país dentro de la organización. "Mi visita tiene como objetivo reforzar que Argentina es mucho más que un centro de delivery: es un polo de talento e innovación para GlobalLogic", señaló.

La compañía considera que el país ocupa una posición clave en el desarrollo de soluciones avanzadas de ingeniería digital, con especial foco en inteligencia artificial, machine learning y ciencia de datos. Estas disciplinas se han convertido en pilares de la competitividad tecnológica de las empresas a nivel global.

La visita del CEO también coincidió con un momento de inflexión para la industria tecnológica. Según explicó Shankar, muchas organizaciones han utilizado la inteligencia artificial durante los últimos años principalmente en proyectos piloto o pruebas de concepto.

"Durante los últimos años, la IA ha permanecido en gran medida en una fase experimental para muchas organizaciones: un conjunto de soluciones puntuales que aportan eficiencias incrementales, pero que a menudo no logran un retorno significativo y sostenido", afirmó.

En esta nueva etapa, GlobalLogic apuesta a la implementa-



Srinu Shankar, CEO de GlobalLogic, y Sebastián Bainer, Senior Vice President y Head de Latinoamérica.

ción de agentes inteligentes y plataformas de IA capaces de escalar dentro de las organizaciones, permitiendo mejorar la productividad, optimizar procesos y generar impacto directo en los ingresos y la eficiencia operativa.

El talento argentino como ventaja competitiva

Uno de los puntos centrales del mensaje del ejecutivo estuvo relacionado con la calidad del capital humano argentino. Shankar destacó que el país cuenta con un ecosistema académico sólido que alimenta de talento altamente calificado a la industria tecnológica.

Entre las instituciones mencionadas se encuentran la Universidad de Buenos Aires, considerada una de las más prestigiosas de América Latina, así como la Universidad Tecnológica Nacional y el Instituto Tecnológico de Buenos Aires.

De acuerdo con el CEO de GlobalLogic, esta base educativa se complementa con un rasgo distintivo del talento local: la creatividad y la capacidad de adaptación. "El capital humano se distingue por su creatividad y gran capacidad de adaptación, cualidades clave para entornos de innovación impulsados por IA", sostuvo.

Según estimaciones de la industria, aprovechar este talento especializado puede impulsar mejoras de entre el 25% y el 30% en la eficiencia operativa de organizaciones que expanden sus operaciones en la región.

"Es una máquina de distracción": la Ciudad prohíbe los celulares en clases de secundaria

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires anunció una nueva normativa que prohíbe el uso de celulares durante las clases en las escuelas secundarias, tanto públicas como privadas. La medida alcanza a estudiantes y también a docentes frente a alumnos, y establece que cualquier actividad pedagógica digital deberá realizarse exclusivamente con computadoras y dispositivos provistos por la institución y bajo planificación y supervisión docente.

La decisión se inscribe dentro de una política educativa que busca reducir las distracciones digitales y mejorar la calidad del aprendizaje en las aulas. Según la normativa, cada escuela secundaria deberá además definir sus propias pautas institucionales para el uso de celulares durante los recreos.

La regulación se suma a la política implementada en agosto de 2024 por la actual gestión porteña, que había establecido la prohibición del uso de celulares en nivel inicial y primario y una regulación en secundaria. Con la nueva resolución, la Ciudad avanza hacia un esquema más restrictivo.

"El celular en la escuela es una máquina de distracción y no ayuda para que los chicos aprendan. Es un problema grave que tenemos y nos hacemos cargo de encontrarle una solución", afirmó el jefe de Gobierno, Jorge Macri. Y agregó: "El objetivo en el aula es aprender y como gobierno tenemos que generar las condiciones para que los maestros vuelvan a tener la atención de los alumnos. El celular no es una herramienta imprescindible en el aula".

La resolución define distintos criterios según el nivel educativo:

- Nivel Inicial y Primario: está prohibido el uso de celulares y otros dispositivos digitales personales durante toda la jornada escolar, incluidos recreos, comedor y cualquier otro espacio dentro del establecimiento.



- Nivel Secundario: se prohíbe el uso de celulares inteligentes y dispositivos digitales personales durante el dictado de clases. Las actividades digitales deberán realizarse únicamente con equipamiento institucional y con planificación pedagógica.
- Recreos en secundaria: cada escuela deberá definir pautas institucionales para el uso o no de celulares durante los recreos, promoviendo alternativas como actividades deportivas, artísticas o recreativas.
- Excepciones: la normativa contempla casos particulares vinculados con discapacidad, enfermedad o necesidades específicas de apoyo educativo.

Para llevar adelante la aplicación de la norma, cada institución secundaria deberá elaborar su propio reglamento interno. Entre otras cuestiones, deberán definir los mecanismos de guardado de los dispositivos durante las clases, comunicar las nuevas reglas a la comunidad educativa y elevar la normativa a la Supervisión correspondiente. En el caso de nivel inicial y primario, la disposición es más estricta: los alumnos directamente no podrán llevar celulares a la escuela.

La ministra de Educación porteña, Mercedes Miguel, destacó que la decisión se basa en la evidencia recogida durante el último año. "Fuimos pioneros en Argentina y Latinoamérica en prohibir el uso de celulares en nivel inicial y primaria y regularlo en secundaria. Hoy, con la evidencia en la mano, decidimos dar un paso más y declarar aulas libres de celulares", sostuvo.

Santa Fe avanza con su Plan de Educación Digital y fija nuevas reglas para celulares en las escuelas

La provincia de Santa Fe dio un nuevo paso en su política educativa al presentar el Plan de Educación Digital, una iniciativa que busca ordenar la incorporación de tecnologías en las aulas y promover un uso pedagógico responsable de los dispositivos. Como parte de esta estrategia, el Ministerio de Educación provincial definió pautas para limitar el uso de teléfonos celulares durante la jornada escolar.

El programa apunta a regular la presencia de tecnología en el ámbito escolar, al mismo tiempo que impulsa cambios graduales en las prácticas pedagógicas. Según informaron autoridades provinciales, la iniciativa busca equilibrar el acceso a herramientas digitales con la necesidad de preservar entornos de aprendizaje adecuados para el desarrollo cognitivo, social y emocional de los estudiantes.

"Es una problemática que el Estado tiene que abordar y pensar permanentemente, animándose a tomar decisiones que impliquen cambios en las políticas públicas para que la ciudadanía pueda vivir mejor", dijo el gobernador Maximiliano Pullaro, y remarcó: "Nosotros no vinimos a ser conservadores; vinimos a cambiar la realidad".

Uno de los ejes centrales del plan es la definición de criterios claros para el uso de dispositivos digitales personales dentro de las escuelas. La normativa establece que el uso recreativo de celulares en el aula quedará prohibido para todos los niveles del sistema educativo provincial.

Las disposiciones varían según el nivel educativo:

- Nivel inicial y primario: los estudiantes no podrán utilizar celulares dentro de la escuela durante toda la jornada, incluidos los recreos.
- Nivel secundario: los dispositivos solo podrán utilizarse cuando formen parte de una actividad pedagógica planificada y autorizada por la institución.

Además, cada escuela deberá definir reglas internas so-



bre el guardado de los teléfonos y podrá decidir si habilita su uso durante los recreos, aunque desde el Ministerio se recomienda promover espacios de descanso libres de pantallas.

Tecnología con enfoque pedagógico

Desde el gobierno provincial señalan que la medida no busca excluir la tecnología del sistema educativo, sino integrarla de forma responsable y con sentido pedagógico. En ese sentido, el Plan de Educación Digital también contempla instancias de formación docente y lineamientos institucionales para trabajar el uso seguro y productivo de las herramientas digitales.

La iniciativa se inscribe dentro de una agenda educativa más amplia orientada a mejorar la calidad del aprendizaje y ordenar el uso de dispositivos que, según las autoridades, pueden convertirse en un factor de distracción si no están vinculados a actividades educativas.

Un debate global sobre tecnología en las aulas

El debate sobre el uso de celulares en las escuelas no es exclusivo de Santa Fe. En distintos países se han implementado regulaciones similares con el objetivo de mejorar la concentración de los estudiantes y reducir las distracciones durante las clases.

canal **AR**