canal AR
www.canal-ar.com.ar
Ed. 09 / May.25

UNA PREGUNTA PEDAGÓGICA, NO TECNOLÓGICA

ENTREVISTA CON NATALIA JASIN,
FUNDADORA Y CEO DE BOUNTY EDTECH

EN ESTA EDICIÓN

Bienvenidos a una nueva edición de CanalAR. Esta entrega invita a reflexionar sobre una transformación profunda: cómo la tecnología se humaniza, se integra en nuestra vida y trabajo, y cómo la colaboración redefine el futuro.

El concepto de la “web agentic”, presentado por Satya Nadella en Microsoft Build, equipara este momento con hitos históricos como la llegada de Win32. La inteligencia artificial ya no es solo una herramienta, sino una compañera que evoluciona a agentes. IBM declara que “la era de la experimentación con IA ha terminado”, impulsando agentes de IA listos para la empresa. Dell, en “profunda transformación”, usa la IA para mejorar la eficiencia y el trabajo junto a sus canales.

La experiencia “phygital” revoluciona el entretenimiento en vivo. Analizamos cómo la colaboración de Globant con los LA Clippers en el Intuit Dome redefine la interacción con los fans. La IA ofrece personalización, haciendo la tecnología “casi invisible” para mejorar genuinamente la vida del usuario.

En esta edición 9 tenemos una entrevista central con Natalia Jasin, fundadora y CEO de Bounty EdTech. Natalia, con una perspectiva forjada en la intersección de tecnología y educación, invita a una mirada pedagógica antes que tecnológica. Su compromiso se evidenció al liderar un consorcio público-privado-ONG para capacitar a chicos vulnerables durante la pandemia. “Cuando los contenidos son buenos, los docentes acompañan, el proyecto es comprometido y la gente siente que importa, el proyecto no falla”. Natalia fundó Bounty EdTech, una empresa que genera impacto social. Su mensaje es claro: el cambio real reside en la acción, “no alcanza con la teoría”.

El ecosistema tecnológico argentino se muestra vibrante. Las exportaciones de la economía del conocimiento crecieron un 15,5%, alcanzando USD 8.927 millones, y el sector del software generó más de 6.000 nuevos empleos. Iniciativas como la nueva carrera de Ingeniería en IA de la UCEMA y el programa “IA Argentina” de Argencon y Digital House, con 35.000 becas, impulsan el talento.

Esta edición es un testimonio de la resiliencia y el dinamismo del sector, con nuevos espacios como las oficinas de TD SYNNEX, y alianzas estratégicas en distribución (Intermaco-Verbatim, PC ARTS-ESET, Ceven-Apple, Elit-Micron Crucial) que fortalecen el ecosistema.

Los invitamos a sumergirse en estas páginas para comprender la magnitud de los cambios e inspirarse con las historias de quienes construyen el futuro tecnológico, con una visión que pone a las personas en el centro.

DARÍO DRUCAROFF
DIRECTOR GENERAL

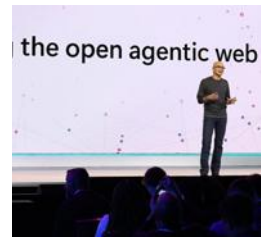
Más IA,
más demanda.

La nueva Galaxy VXL te da energía sin límites.

- ✓ Menos consumo, más potencia
- ✓ Escalabilidad sin interrupciones
- ✓ Hasta 52% menos espacio

Life Is On | Schneider Electric

TABLA DE CONTENIDOS

06


Microsoft Build 2025

10

IBM Think 2025

12

18

22

26

Intel en Computex

28

Intermaco impulsa Verbatim

29

PC ARTS y ESET

30

3nStar NuStar 65

31

Roadshow de Polytech

32

Micron Crucial y Elit

33

Vacilón
de Air

34

Ceven
impulsa Apple

36

TD SYNNEX:
nuevas oficinas

37

NVIDIA
y los robots
humanoides

38

ABB consolida
su distribución

40

CABASE en el
Internet Day

41

Schneider Electric
y su estrategia en
data centers

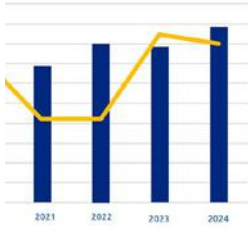
42

Récord del
software
argentino

43

Del desafío
a la oportunidad

44



Crece la
exportación EdC

45

Emprender no
es improvisar

46

Argencon y
Digital House:
“IA Argentina”

47

Interoperabilidad
entre agentes IA

48

Red Hat lanzó
RHEL 10

49

UCEMA: nueva
Ingeniería en IA

50

Mendoza quiere
todas sus escuelas
con carritos tech

canal AR

LA VISIÓN “WEB AGENTIC” DE SATYA NADELLA

Satya Nadella presentó su visión de la “Web Agentic” abierta durante Microsoft Build 2025

Estamos transitando un nuevo e importante cambio de plataformas, comparable a la llegada de Win32, la web en el 96, o la nube y los dispositivos móviles en 2008. Bajo está visión, durante su keynote de apertura en Microsoft Build 2025, Satya Nadella, CEO de Microsoft, presentó una visión ambiciosa para el futuro de las nuevas tecnologías, centrada en el surgimiento de una “web agentic” abierta y escalable. Por eso, el líder de Microsoft instó a los desarrolladores a construir las aplicaciones y agentes que “pueden empoderar a cada persona en cada organización del planeta”. Nadella, quien recordó sus inicios como programador creando videojuegos, enfatizó que la ingeniería de software siempre se ha tratado de tener las herramientas adecuadas para “dar vida a tus ideas”. La inteligencia artificial (IA) es ahora central en este proceso, transformando las herramientas existentes.

Durante Build 2025, Microsoft anunció actualizaciones clave en su suite de herramientas. Visual Studio, descrito como el IDE más potente para .NET y C++, recibe importantes mejoras, incluyendo soporte para .NET 10 y un nuevo depurador para aplicaciones multiplataforma. VS Code celebró su lanzamiento número 100 en código abierto con mejoras en el soporte de múltiples ventanas. GitHub sigue siendo el hogar para los desarrolladores, con GitHub Enterprise mostrando un “tremendo impulso”. Un anuncio destacado fue la apertura del código de GitHub Copilot dentro de VS Code, integrando capacidades impulsadas por IA directamente en el núcleo de la herramienta de desarrollo “más querida del mundo”. Nadella señaló que Copilot ha evolucionado de “completar código a chatear, a editar múltiples archivos y ahora agentes”, una tendencia que emerge en la web agentic.

Un concepto central presentado es la transformación de GitHub Copilot de un “programador pareja” a un “programador par”. Esto significa que ahora los desarrolladores pueden “asignar incidencias a copilot, correcciones de errores, nuevas funcionalidades, mantenimiento de código y completará estas tareas autónomamente”. Esta capacidad de delegar tareas de ingeniería de software complejas a un “compañero de equipo virtual” es vista como “uno de los cambios más grandes en la programación”.

Durante su Keynote, Nadella tuvo una breve videollamada con Sam Altman, CEO de OpenAI, quien destacó la “increíble velocidad de cambio” en la potencia de los modelos de IA y la importancia para los desarrolladores de “aprovechar a fondo las nuevas herramientas y los nuevos flujos de trabajo que son posibles”.

Llevando la visión agentic al ámbito del trabajo, Microsoft 365 Copilot se anunció como generalmente disponible. Descrito como la “UI para la IA”, esta plataforma unifica chat, búsqueda, notebooks, creación y agentes, y permite a los usuarios interactuar con sus datos de trabajo y la web, con agentes especializados como ‘Researcher’ para sintetizar información compleja y ‘Analyst’ para obtener insights de datos. Nadella afirmó: “sentimos que estamos en esa era donde ahora vamos a poner la experiencia a tu alcance”.

Para los desarrolladores, el Agent Store permite publicar y distribuir agentes a cientos de millones de usuarios de Copilot y Teams. Copilot Studio es la herramienta clave para construir estos agentes, facilitando la creación de flujos de trabajo multi-agente complejos utilizando orquestación. Una innovación a destacar es Copilot Tuning, que permite a las empresas crear agentes de grado empresarial ajustados con datos, flujos de trabajo y estilo específicos de la compañía. Esto permite que Copilot

“aprenda el tono y lenguaje único de tu compañía” y razone sobre el conocimiento específico del sector, como argumentos legales o flujos de trabajo de la industria. “Esto es un gran avance... se trata de sintonizar Copilot para cada cliente, cada empresa, cada firma”.

Para construir aplicaciones de IA más allá de los agentes de Copilot, Microsoft presentó Azure AI Foundry como la “plataforma completa de aplicaciones para la era de la IA”. Descrita como una “línea de producción para la inteligencia”, Foundry soporta una amplia elección de modelos (más de 1,900, incluyendo los últimos de OpenAI, Groq de XAI, Mistral y Llama). Un enrutador de modelos ayuda a seleccionar automáticamente el mejor modelo para la tarea.

Nadella explicó que las aplicaciones de IA futuras serán “multimodales y multi-agente, con estado y listas para producción”, un cambio fundamental respecto a las simples llamadas a API. Foundry proporciona las capacidades necesarias, incluyendo un sistema de recuperación sofisticado (RAG) que va más allá de la búsqueda vectorial, un servicio de agente para orquestación multi-agente declarativa, y opciones de cómputo flexibles. También se integra con Azure Entra ID para identidad y permisos de agentes, Purview para gobernanza de datos y Defender para seguridad.

Una demostración con Vibe Travel detalló cómo usar Foundry para mejorar un agente de IA añadiendo conocimientos (como Bing Search) y acciones (como reservar un vuelo). La integración entre Foundry y Copilot Studio permite sintonizar modelos en Foundry y usarlos directamente para automatizar flujos de trabajo en Copilot Studio. El caso de uso de Stanford Medicine, utilizando Foundry para orquestar agentes para juntas de tumores, fue citado como un ejemplo real de “orquestación de flujos de trabajo hecha de manera agentic”.

La visión agentic se extiende también a los dispositivos y el edge con el anuncio de Foundry Local y Windows AI Foundry. Foundry Local proporciona un runtime de alto rendimiento, agentes como servicio y una CLI para desarrollo local, compatible con Windows y Mac. Windows AI Foundry busca convertir a Windows en la “mejor plataforma para la IA”, ofreciendo soporte para capacidades de IA en el dispositivo a través de CPUs, GPUs y NPUs. Permite a los desarrolladores aprovechar modelos optimizados localmente y personalizar modelos como Five Silica SLM.

Un componente clave para conectar agentes y servicios a nivel local es el soporte nativo para MCP (Model Context Protocol) en Windows. Windows incluirá servidores MCP integrados para sistemas de archivos, configuraciones y acciones de aplicaciones, con un registro MCP para descubrir servidores seguros. Una demostración detalló cómo usar GitHub Copilot en VS Code con MCP en Windows para instalar Linux (WSL), configurar un proyecto web y actualizarlo con un diseño de Figma, todo con “solo tres oraciones”.

“Realmente estamos haciendo de Windows el mejor dev box para la web agentic”, afirmó Nadella. Además, se anunció que WSL ahora es completamente de código abierto.

Kevin Scott, CTO de Microsoft, se unió a Nadella para enfatizar la importancia de la apertura en la web agentic, y describió a un agente como “una cosa a la que un ser humano puede delegar tareas y, con el tiempo, las tareas que estás delegando... se vuelven cada vez más complejas”.

Durante la conclusión de su discurso, Nadella volvió a su tema central: el propósito de toda esta tecnología es “crear oportunidades para alimentar tu ambición”.

Para Nadella, “los grandes ganadores serán personas como ustedes que van a construir estas aplicaciones, no solo las personas que creamos plataformas como nosotros”. Su objetivo es que los ganadores estén “en cada sector de la economía y en cada parte del mundo”. Nadella reafirmó la misión de Microsoft: “para nosotros, nunca se ha tratado de la tecnología, se trata de lo que las personas pueden hacer con ella”.

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 OUTRUN

Distribuidores oficiales

free Tecnología en movimiento
masnet
MICROCOM
OCRL
PC ARTS

“La era de la experimentación con IA ha terminado”

Durante su evento anual THINK, IBM presentó una serie de nuevas tecnologías híbridas diseñadas para permitir a las empresas crear e implementar agentes de IA utilizando sus propios datos empresariales.

Arvind Krishna, Presidente y CEO de IBM, en THINK 2025.

Según IBM, “la era de la experimentación con IA ha terminado”. La ventaja competitiva actual reside en la integración de la IA diseñada para impulsar resultados medibles para el negocio. La compañía combina sus tecnologías híbridas, capacidades de agentes y la experiencia de IBM Consulting para ayudar a las empresas a poner la IA en funcionamiento.

“La era de la experimentación con IA ha terminado. Hoy, la ventaja competitiva viene de una integración de la IA que está diseñada específicamente para impulsar resultados medibles para el negocio”, afirmó Arvind Krishna, Presidente y CEO de IBM. “IBM está dotando a las empresas de tecnologías híbridas que simplifican la complejidad y aceleran las implementaciones de IA listas para la producción”.

Entre los anuncios clave se encuentra la evolución de watsonx Orchestrate, que ofrecerá un conjunto integral de capacidades de agentes listos para la empresa. Esto permitirá crear agentes de IA en menos de cinco minutos, integrar con más de 80 aplicaciones empresariales líderes, orquestar y monitorear múltiples agentes. Además, se introducirá un nuevo catálogo con más de 150 agentes y herramientas prediseñadas de IBM y sus socios.

Para abordar los desafíos de integración en entornos híbridos y multinube, IBM presentó webMethods Hybrid Integration, una solución de próxima generación impulsada por agentes que reemplaza flujos de trabajo rígidos por automatización inteligente. Un estudio independiente de Forrester Consulting proyecta que la automatización de la integración en la nube híbrida con capacidades de webMethods puede generar un ROI del 176% en tres años, además de reducir el tiempo de inactividad en un 40% y ahorrar tiempo en proyectos.

Activando el vasto potencial de los datos no estructurados, IBM está evolucionando watsonx.data. Esta plataforma busca ayudar a las organizaciones a unificar, gobernar y activar datos dispersos, lo que, según pruebas de IBM, puede llevar a agentes de IA un 40% más precisos que el RAG convencional con datos propietarios. Se anunciaron herramientas complementarias como watsonx.data Integration y watsonx.data Intelligence.

En cuanto a infraestructura, IBM lanzó IBM LinuxONE 5, descrita como la plataforma Linux más segura y de mayor rendimiento para datos, aplicaciones e IA confiable. Este sistema es capaz de procesar hasta 450 mil millones de operaciones de inferencia de IA por día, incorporando aceleradores de IA de próxima generación y ofertas de seguridad avanzadas. Se estima que migrar cargas de trabajo nativas de la nube en contenedores a LinuxONE 5 puede ahorrar hasta un 44% en el costo total de propiedad en 5 años.

Estos anuncios se alinean con las expectativas de los líderes empresariales, quienes, según un estudio de IBM, esperan que la tasa de crecimiento de las inversiones en IA se duplique en los próximos dos años. Con esta serie de lanzamientos, IBM busca equipar a las empresas con las tecnologías híbridas necesarias para simplificar la complejidad y acelerar las implementaciones de IA listas para la producción.

FINANCIACIÓN

hasta 360 días

UN BENEFICIO SOLO PARA
NEGOCIOS POR
CUENTA Y **ORDEN**

12%	18%	24%
TASA DE FINANCIACIÓN	TASA DE FINANCIACIÓN	TASA DE FINANCIACIÓN
desde 0 hasta 180 días	desde 0 hasta 270 días	desde 0 hasta 360 días

Aprovechá este beneficio solo para negocios por cuenta y orden.

www.air-computers.com

Rosario	Buenos Aires	Córdoba	Mendoza
San Nicolás 1450	Luis Piedra Buena 3590	Ramírez de Arellano 1230	Federico Moreno 1456
+54 (341) 436 7777	+54 (11) 7093 1025	+54 (351) 474 5040	0810 362 2333

AIR COMPUTERS

canal AR

UNA PREGUNTA PEDAGÓGICA, NO TECNOLÓGICA

ENTREVISTA CON NATALIA JASIN, FUNDADORA Y CEO DE BOUNTY EDTECH

POR DARÍO DRUCAROFF

Una pregunta pedagógica, no tecnológica. Entrevista con Natalia Jasin

La tecnología y la educación convergen a un ritmo vertiginoso, y entender la visión de quienes lideran esta transformación es crucial. Desde los primeros programas masivos de distribución de dispositivos hasta los debates actuales sobre inteligencia artificial y ciberseguridad, el sector ha experimentado cambios profundos. Natalia Jasin, fundadora y CEO de Bounty EdTech, tiene una perspectiva única, forjada a lo largo de años de experiencia en el ámbito público, privado y multilateral, trabajando en la intersección de la innovación y el impacto social.

- ¿Cómo llegaste a fundar una empresa de tecnología educativa?

- Estudié licenciatura en Ciencias de la Educación con orientación en Tecnología Educativa, en la UBA. Desde chica trabajé en espacios relacionados con educación, sin saberlo al principio. Empecé en ANMAT y luego pasé por distintos trabajos en empresas como Repsol, donde armé la primera plataforma de e-learning para quienes ingresaban a YPF. Luego trabajé en una ONG, para UNESCO y UNICEF, siempre vinculando la tecnología a la formación y buscando cómo integrar la tecnología para ahorrar costos y recursos. Trabajé mucho como asesora en tecnología educativa y conocí las escuelas por dentro, lo que me ayudó a entender su funcionamiento. Después trabajé en Microsoft e Intel, donde me di cuenta de cómo podíamos dar forma, no solo vender “la caja”.

- Viviste desde adentro las discusiones sobre los programas uno a uno, como OLPC, Plan Ceibal, en Uruguay, Conectar Igualdad, ¿cuál era tu rol en ese contexto?

- Estaba en Microsoft y luego en Intel. En Microsoft, como gerente de Relaciones Académicas, mi objetivo era impulsar la calidad educativa a la venta de dispositivos. Yo armaba pilotos antes de vender dispositivos para demostrar por qué funcionaba su uso. La idea era mostrar que funcionaba desde una mirada pedagógica y de tecnología educativa, y después se vendía el dispositivo. Me involucré en las discusiones sobre software libre vs. privativo, la conectividad y qué hacer con las máquinas. Descubrí cómo generar proyectos de impacto para que los chicos aprendieran a usar las computadoras, los docentes se formaran y los directivos entendieran la necesidad.

- ¿Cómo manejabas la relación entre los intereses comerciales de las empresas y el impacto educativo?

- Desde el rol de la empresa privada, tenía que pensar por qué una empresa invertiría en hacer impacto social. Por qué Intel o Microsoft pondrían dinero para hacer un piloto. Yo armaba consorcios, pidiendo máquinas a desarrolladores locales para los pilotos. Les decía a las marcas locales: “Lamentablemente, en Latinoamérica se compra por volumen y no por calidad, lo que es un gran error. Buscaba que lo que se comprara fuera bueno, durara y que el docente pudiera hacer algo con ello, dándole herramientas tecnológicas como un bien cultural.

- ¿Cómo manejaban los desafíos logísticos y de implementación?

- Trabajamos en proyectos como uno que hicimos para promover el uso de celulares en Córdoba, para los que no tenían conectividad. Los chicos salían al patio a buscar información con el teléfono, trabajaban en grupo. Los dispositivos pueden variar, pero lo importante es para qué se usa, en qué momento y qué conocimiento se necesita para que todo el uso sea aprendizaje potencial. También había desafíos con las máquinas que se guardaban para evitar robos o el soporte técnico logístico. Ceibal, en Uruguay, supo manejar esto bien porque, además de ser más chico, funciona como una entidad privada pero pública, evalúa mucho lo que compra a diferencia de otros gobiernos en Latinoamérica.

- Pasaste por un momento de cambio importante después de Intel.

- Estuve muchos años en Intel, y en un momento cerraron las áreas de responsabilidad social y despidieron al equipo. Me quedé un año y medio sin trabajar, con mi hijo recién nacido. Fue un proceso de autoconocimiento

y de resignificar el rol de madre y ama de casa. Luego decidí elegir con quién y dónde trabajar. Mi mentora, María Teresa Lugo, de UNESCO, me dio la oportunidad de trabajar con ella, incluso gratis al principio. Gané un proyecto con UNESCO y empecé a trabajar con organismos multilaterales. Vino la pandemia, y empecé a hacer cosas por mi cuenta como consultora. Ahí empecé a darme cuenta de la necesidad de hacer cosas con impacto.

- ¿Cómo te impactó la pandemia en este proceso de cambios?

- Durante la pandemia, había chicos de sectores vulnerables que no podían aislarse en sus casas y los alojaban en hoteles durante 15 días. No sabíamos si iban a la escuela. Me di cuenta de que los chicos no tenían nada para hacer y robaban en los hoteles. Mi idea fue darles algo, formarlos. Soy muy creativa para resolver problemas y nunca lo hago sola. Llamé a un desarrollador local (Grupo Núcleo) para que me prestara máquinas, a una ONG (Puerta 18) para que brindara formación en foto, video, páginas web, 3D. Llamé a empresas (Intel, Telefónica, Digital House, Globant) pidiendo que pusieran recursos: dinero, acceso a formación, becas. Cada uno puso lo que tenía con mucha generosidad. Coordiné un consorcio público-privado-ONG. Durante su estadía en los hoteles, los chicos tuvieron computadoras sanitizadas y salieron formados. Salían haciendo páginas web, armando cosas en 3D, empezando a estudiar tecnología. Fue conectar recursos con una idea creativa y accionar.

- ¿A partir de este proyecto fue que decidiste armar tu empresa?

- Sí. Cuando empecé a hacer esto, Hernán Muhafara, un mentor que conocí en Microsoft, me dijo: “Che, no da ponerte un Gmail. Armate algo”. Él tiene una visión de negocio muy comercial. Mi marido también me ayudó mucho, con una visión de abundancia y confianza. Me di cuenta de que a las mujeres a veces nos falta esa visión de negocio, finanzas y números, quizás por la historia y cómo nos reproduce la sociedad. Así empecé a armar Bounty, que significa generosidad. No me senté a armar una startup de cero; se fue dando. Contraté a la primera persona, luego a otra, pensando en la abundancia.

- ¿Cómo se diferencia Bounty de una ONG o una empresa tradicional?

- Nosotros generamos impacto social, pero al mismo tiempo, lo que hacemos es darle al ecosistema (gobiernos, cámaras, fundaciones, organismos multilaterales, empresas) lo que cada uno necesita para sus objetivos organizacionales. Ese es nuestro modelo de negocio. Generalmente, no me sirve que me pague el gobierno. Quiero que las empresas puedan financiar proyectos donde mejoren, de alguna manera, la política pública, porque eso masifica todo. Si me quedo en pilotos chicos, no mejora. Nosotros hacemos pilotos, evaluamos el impacto para lo bueno y lo malo, y lo que sale mal lo reconvertimos. No somos una empresa de cursos o plataformas; somos una empresa que se dedica a generar experiencias formativas en tecnología de educación y genera impacto.

- Medir este tipo de iniciativas no debe ser fácil...

- Es fundamental medir. Desde Bounty somos expertos en evaluar el impacto. Todo muy lindo, pero hay que evaluar para lo bueno y lo malo. Lo que sale mal hay que reconvertirlo. Si no evaluás, no sabes dónde estás parado. Lo mismo para los gobiernos: si compraste algo y no funcionó, no compres más. Si invertiste y no funcionó, cambialo. Equivocarse es humano; lo que está mal es no evaluar el error para revertirlo. Lo que pasa es que evaluar genera trabajo y a veces los gobiernos tienen intenciones, pero no lo hacen o lo hacen de forma tercerizada.

- Uno de tus proyectos emblemáticos es “1000 Mujeres en Inteligencia Artificial”. ¿Cómo surgió la idea y cómo lo llevaron a cabo?

- La idea surgió hace muchos años. Le dije a Hernán:

“Hay dos banderas que hay que trabajar: las mujeres y la brecha de género, y la inteligencia artificial, que se va a venir”. En ese momento no existía ChatGPT ni todo lo que conocemos ahora. Armamos el programa 1000 Mujeres en IA. Puse 1000 porque pregunté a ejecutivos de empresas tecnológicas globales, y señalaron que alcanzar a 1000 personas era un montón. Conseguimos los fondos de Intel después de dos años de proceso y aprobaciones. Ampliamos a cinco países de Latinoamérica: Argentina, Colombia, México, Costa Rica, Uruguay. Armamos un consorcio con Intel, desarrolladores locales como Positivo BGH, y llamamos a organismos de todos los gobiernos y organizaciones de brecha de género. Tuvimos aval de ONU Mujeres y la OEI.

- ¿Cuál era el objetivo principal del programa y a quiénes estaba dirigido?

- El objetivo era capacitar e impulsar a mujeres mayores de 18 años. No quería poner un tope de edad; tuvimos participantes de 18 a 70 años. Diseñamos cuatro niveles de formación: introducción para quienes no sabían nada, para líderes de proyectos o procesos, para expertas (con requisito técnico) y para generar soluciones de impacto. Usamos contenidos de Intel adaptados para Latinoamérica. Nos apoyamos en la UTN para los docentes y en un equipo de soporte liderado por Meky Werner para evitar la deserción. Llamamos a todos los gobiernos y organizaciones de brecha de género para difundir.

- ¿Cuál fue la respuesta y qué patrones observaron entre las inscritas?

- Se anotaron 36.000 mujeres. ¡Uf! Fue un montón, nos superó ampliamente. Tuvimos que contratar más gente y herramientas para manejarlo. La demanda de inteligencia artificial y de un grupo de mujeres con ganas de hacer esto era enorme. Evaluamos todo: línea de base, línea de egreso, por qué se inscriben, por qué desertan, quiénes saben programar, quiénes no, quiénes trabajan. La mayoría no estaba desempleada, estaban empleadas pero buscaban reskilling (cambiar de área) o upskilling

(mejorar habilidades en su área actual). También líderes que querían saber cómo aplicar IA operativamente. Lo más valorado fue la intergeneracionalidad: tener en un grupo una costarricense de 18 y una uruguaya de 70. Tuvimos historias increíbles de mujeres que encontraron un objetivo de vida, consiguieron trabajo, armaron start-ups, empezaron a dar clases.

- ¿Por qué desertaban las mujeres?

- Principalmente por conectividad y temas con los niños o familiares enfermos. Las mujeres son las primeras que atienden cuando un hijo, padre o tío está enfermo. Son las que tienen que viajar para cuidar a sus familiares. Nos decían “mi hijo está enfermo, no puedo cursar”, y nosotros respondíamos “cursá igual, tené la computadora abierta mientras estás cenando, aprendés”. ¡Una persona fue a parir con la computadora y volvió para subir el proyecto!. Esto demuestra que cuando los contenidos

son buenos, los docentes acompañan, el proyecto es comprometido y la gente siente que importa, el proyecto no falla.

- ¿Hacia dónde debe ir la formación masiva en nuevas tecnologías?

- Hay dos puntos: la discusión general de la tecnología educativa y la tecnología vinculada al liderazgo de las mujeres. Creo que se ha avanzado mucho en la discusión sobre la necesidad de la tecnología y la formación en políticas y currículas. Ya no se discute la conectividad como antes. Lo que veo en Europa ahora, que tarda en llegar a América Latina, son discusiones sobre ciberseguridad, ética de la inteligencia artificial y protección de datos. Por ejemplo, ¿de quién son los datos de docentes y chicos en la nube?. Los datos no deberían ser de una empresa privada; deben estar encriptados. También, la ética de la IA es un debate principal.

- ¿Y cómo impacta la IA en la pedagogía?

- Es como cuando surgió la Encarta o internet. La discusión era la misma: ¿y ahora qué hacemos?, ¿cómo evaluamos?. Hoy la discusión no es usar o no usar IA, sino que los docentes tienen que estar formados y cómo ayudarlos a "prontear" mejor, a hacer mejores preguntas. Sigue siendo una pregunta pedagógica, no tecnológica. La herramienta cambia (ChatGPT, Gemini), pero la pregunta es cómo ayudamos a la educación a mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje. Necesitamos más y mejor formación, no solo cantidad.

- ¿Y sobre la brecha de género en STEM y liderazgo?

- Es un tema crucial. Más allá de trabajar con niñas para que sigan carreras STEM, hay una estadística alarmante: entre 6 y 9 años, las niñas empiezan a autopercibirse menos capaces en matemáticas, y el sistema reproduce eso. También está la barrera en los puestos de liderazgo; cuanto más alto el cargo, menos mujeres. Esto coincide con el período fértil de la mujer, entre los 30 y 40 años, cuando los hombres más crecen profesionalmente. Muchas mujeres tienen que elegir entre su carrera y su vida personal. Otro tema en el que me enfoco es el acceso a fondos de inversión para mujeres emprendedoras. Solo un 6% de las founders son mujeres en Latinoamérica, y menos del 20% son founders en general. Hay que crear programas para que más mujeres puedan hacer el *scale up* de sus emprendimientos y acceder a inversión.

- ¿Qué se necesita para cerrar esa brecha y avanzar?

- Para que las cosas sucedan, alguien tiene que invertir. Si los fondos de inversión quieren startups diversas y mejores, tienen que invertir en programas para mujeres. También, en congresos y paneles, debemos dejar de hablar solo de la experiencia personal y hablar de negocios, de cómo generamos más dinero para las mujeres. No debe ser un tabú. El sistema y los sesgos de género nos enseñaron a hablar de otras cosas. Hay que romper esas normas desde los espacios educativos, emprendedores y de inversión. No es un tema solo de mujeres; es un tema de brecha en muchas políticas. Por ejemplo, los hombres deberían tener más licencia por paternidad, lo que liberaría tiempo para que las mujeres regresen mejor al trabajo.

- ¿Cuál es la clave para lograr un cambio real?

- Creo en la acción, no alcanza con la teoría. La clave es trabajar en equipo desde las grandes masas, desde el ecosistema. La visión de cooperación, no solo de donación. Bounty genera proyectos de campo haciéndolo entre todos, no solos. Tener una idea, llamar gente y pedir su participación. Si no tienen plata, pedir recursos; si no tienen tiempo, ofrecer ayuda. Generar consorcios con objetivos concretos, KPIs estables y evaluación de impacto. Entender el objetivo de cada uno, pero pedir una cuota de tiempo o recurso para el bien común. El objetivo es transformar la vida de las personas, haciendo algo para que el mundo cambie, pero haciéndolo juntos y con generosidad.

ceven®

Authorized Reseller

iPhone en la empresa

productividad, seguridad y control

Ceramic Shield

Materiales de primera calidad

Protegé tu privacidad con gran inteligencia.

Tus datos siempre bajo tu control.

Encontrá el mejor precio y asesoramiento en
www.ceven.com

canal AR

EN PLENA TRANSFORMACIÓN

ENTREVISTA CON PATRICIO IRAOLAGOITIA, GENERAL MANAGER DE DELL ARGENTINA, URUGUAY & PARAGUAY

POR DARÍO DRUCAROFF

Dell Technologies en plena transformación. Entrevista con Patricio Iraolagoitia

En una reciente entrevista con medios especializados, Patricio Iraolagoitia, Gerente General de Dell Argentina, ofreció una mirada profunda y optimista sobre el futuro del mercado tecnológico en el país. Tras un 2023 de transición, la compañía se prepara para un crecimiento significativo en 2024, apalancado en su profunda transformación interna y la creciente adopción de tecnologías avanzadas como la Inteligencia Artificial.

Iraolagoitia destacó cómo Dell, una compañía con más de 100.000 empleados y ventas anuales que rondan los 100 mil millones de dólares, no solo es un actor clave en la provisión de infraestructura tecnológica, sino que también está inmersa en una evolución estratégica de su modelo de negocio. Esta adaptación, que incluye una fuerte apuesta por la venta indirecta y la integración de la IA en sus propias operaciones, busca optimizar la experiencia de sus partners y clientes, anticipando las demandas de un mercado en constante evolución.

- Recientemente se realizó el Dell Technologies World. ¿Qué es lo más importante que rescatás de este encuentro, especialmente para el mercado argentino?

- En el Dell Technologies World siempre se anuncian productos y soluciones nuevas, y hay mucho material sobre eso. Pero si tuviera que definir un poco qué es lo que estoy viendo de Dell hoy, diría que estamos en una profunda transformación. Siempre intentamos probar nuestras soluciones internamente antes de salir a venderlas; somos una compañía de más de 100.000 empleados, con casi 100 mil millones de dólares al año en ventas, lo que nos da un buen escenario para probar. En este sentido, Dell tomó una delantera fuerte en la inteligencia artificial. Hemos implementado soluciones de IA dentro de la compañía para volvernos mucho más eficientes. Esa eficiencia hoy está dirigida a poder dar una mejor experiencia a nuestros partners y distribuidores. Nuestro negocio, sobre todo en países como Argentina, se está volviendo mucho más indirecto de lo que era. Fíjense que Dell arrancó hace 40 años con un modelo estrictamente directo, y hoy en el país tenemos solo 10 cuentas a las que le podemos vender directo. El 97% de las cuentas restantes compran a través de canales. El nivel de sociedad, de dependencia, de relevancia que tiene el ecosistema de partners y distribuidores para Dell Argentina es nunca visto; es el más grande de toda nuestra historia acá en Argentina, que es de unos 25 años. Prácticamente nuestro negocio completo depende de nuestros partners. Desde Argentina también manejamos Uruguay y Paraguay, que siempre fueron 100% indirectos, y seguimos en esa dirección apostando al canal.

- Cuando hablás de una "profunda transformación", ¿te referís tanto a la tecnología como al modelo indirecto?

- Claro. Por un lado, el *go to market*, cómo llegamos a cada uno de nuestros clientes. Y por otro, cómo nos aseguramos de que tengan la mejor experiencia posible, llegando con esos partners de la misma manera que si hubiéramos llegado directo, o incluso mejor. Y ahí necesitás una transformación en los sistemas, en los procesos. Esta transformación ya comenzó y creemos que hacia fin de año vamos a empezar a ver resultados muy importantes. Un buen ejemplo de eso es nuestra herramienta interna, Dell Sales Chat, que nos ayuda a posicionar nuestro portafolio, armar propuestas de valor, entender las ventajas de nuestros productos, y encontrar casos de éxito relevantes.

- Dell ha sido un referente en la cadena de suministro. ¿Cómo se adapta esto a la creciente complejidad del portafolio, que hoy va mucho más allá de las PCs?

- El portafolio de Dell es quizá el más relevante en la historia de la tecnología. Tenés desde una notebook que puede usar un estudiante hasta la que puede estar corriendo hoy en un banco, y en el medio servidores, cómputo, backup, seguridad, software, consultoría, financiación. Estamos dando soluciones *one stop shop*, pretendemos llegar con una solución completa para que los clientes no tengan que armar un rompecabezas comprando una cosa en cada lado. Hoy tenemos un

sistema que nos permite cargar todas las oportunidades, lo que dispara un montón de cosas: un mayor nivel de descuento para el partner, previsibilidad de cómo vamos a performar, y visibilidad para la fábrica sobre la orden y configuración exacta. Esto también dispara el nivel de partes que tenemos que tener en los warehouses de cada país para poder soportar esa solución. Todo ese flujo, que inicialmente se hacía con un Excel, hoy es un sistema integrado donde entran soluciones de IA. Nuestro objetivo es mejorar la experiencia, acortar los tiempos muertos, y optimizar nuestros costos. Aunque antes fabricábamos todo bajo pedido, hoy gran parte de nuestro portafolio se fabrica como stock, pero todavía tenemos mucho que se fabrica bajo pedido, como servidores y gran parte del data center. La cadena de suministro tiene que ser perfecta porque los clientes cada vez quieren esperar menos por productos que consuman poca energía, que sean amigables con el medio ambiente, y que se entreguen rápido.

- En este sentido, ¿cómo impacta hoy la oferta disponible de solciones en la nube a la estrategia de Dell?

- Sin duda, dentro de la ecuación del cliente está hoy la alternativa de contratar en la nube. Nosotros creemos que el futuro no es la nube o la solución *on premise* exclusivamente, sino un ambiente híbrido. Algunas cargas tienen sentido en la nube, otras *on premise*. Si un proveedor te tarda un mes y medio en entregarte dos servidores, corrés el riesgo de que esa carga que iba a ser *on premise* se vaya a la nube. Por eso es que Dell invierte tanto en la cadena de suministro y seguimos siendo reconocidos por eso.

- Volviendo al Dell Technologies World, ¿nos podés compartir qué sensación te llevaste del evento?

- Tengo 23 años en Dell. Para mí algo clave y me da mucho orgullo, es que el fundador de la compañía siga siendo el CEO y aparezca ahí arriba del escenario. A mí me parece que es un *deal breaker,* porque eso es lo que termina permeando en la cultura de la compañía, que el CEO, más de 40 años después, siga estando ahí con los clientes, con los empleados, con los distribuidores, con los partners. Lo ves en LinkedIn, ves fotos con todos. Es el tipo que arrancó con esto, el fundador, el que se tuvo que readaptar 25 millones de veces, el que después de haber hecho un IPO volvió a privatizar la compañía. Compró un montón de compañías, armó un rompecabezas que, como decía, hoy es el portafolio más grande. Me emociona seguir viendo al fundador de la compañía ahí arriba. Michael Dell siempre gana. Michael sabe lo que está haciendo. Otra cosa que me pone orgulloso es cómo Dell surfeó la inteligencia artificial, cómo se subió a ese barco. Mi percepción es que Dell está muy arriba.

- Finalmente, ¿cuál es tu visión sobre el mercado argentino para este año?

- El año pasado lo vimos como un año de transición. A mí me gusta dividir el mercado en tres partes: sector privado, sector público y el negocio que nosotros llamamos *stock and sell*, que es más la parte de consumo. Con respecto al sector público, las inversiones que típicamente veíamos bajaron mucho en pos de lograr equilibrar la balanza. Sin embargo, creemos que este año van a empezar a subir, y ya empezamos a ver indicios. No creemos que vayan a haber negocios grandes de educación, pero sí una fuerte actualización de la infraestructura de muchas de las empresas del Estado. En relación al sector privado, la recuperación en este segmento es muy heterogénea. Hay sectores que están extremadamente bien, como la minería y el gas. Otros enfrentan complejidades por la mano de obra dolarizada o la competencia regional. Sin embargo, vemos oportunidad en el privado y somos optimistas. Y en el negocio *stock and sell* nosotros siempre jugamos de manera muy discrecional en esta parte. Pero creemos que vamos a volver a tener un negocio grande ahí, traccionado por la facilidad que tenemos hoy para importar, la competitividad que tienen nuestros productos y porque empieza a volver la financiación, que en ese segmento es un *dealbreaker*. Somos optimistas de que este año va a ser un año muy bueno.

Digital Security
Progress. Protected.

PC ARTS

Seguridad integral para empresas de todos los tamaños

Encontrá en PC ARTS todas las soluciones de ESET para la protección de empresas.

Configuración e implementación en pocos minutos, gracias a su consola fácil de usar. Contá con protección sencilla y disminuí el tiempo de mantenimiento y con tecnología avanzada en múltiples niveles asegurá computadoras, móviles y servidores de archivo.

ESET te ayuda a proteger las endpoints y móviles de tu compañía con tecnología avanzada. A su vez asegura los servidores de correo con un módulo de protección de banca.

¡CONOCÉ MÁS!

Consultá a tu Ejecutivo de Ventas PC ARTS.

UNA EXPERIENCIA PHYGITAL PARA REVOLUCIONAR EL ENTRETENIMIENTO

ENTREVISTA CON SEBASTIÁN MISERENDINO, CTO EN GLOBANT LATAM

POR DARÍO DRUCAROFF

Globant y LA Clippers buscan revolucionar el entretenimiento con tecnología en el Intuit Dome

En un paso trascendental hacia el futuro del entretenimiento en vivo, Globant, la empresa de origen argentino líder en la reinvención de negocios a través de soluciones tecnológicas innovadoras, anunció el impacto significativo de su trabajo en la experiencia del aficionado en el Intuit Dome de los LA Clippers en Inglewood, California. Este proyecto no solo redefine la interacción en los eventos deportivos y de entretenimiento, sino que también establece una hoja de ruta para la revolución de los estadios inteligentes a nivel global. Con más de 400,000 fans que ya han ingresado al Intuit Dome en sus primeros seis meses, la colaboración entre Globant y los LA Clippers demuestra cómo la tecnología puede transformar radicalmente la satisfacción del usuario.

La visión detrás del Intuit Dome, impulsada por el dueño de los LA Clippers, Steve Ballmer, fue construir el estadio más innovador del mundo, donde la experiencia tecnológica estuviera en el corazón de cada etapa del desarrollo, diseño y despliegue. Globant se sumó a este ambicioso objetivo con una idea simple pero poderosa: hacer que la experiencia de entretenimiento fuera lo más fluida posible, desde la compra de boletos hasta la entrada al recinto y las interacciones personalizadas. Esta colaboración estratégica resultó en la creación de un stack tecnológico de extremo a extremo con más de 500 características, sentando las bases para que futuros estadios sigan este modelo revolucionario.

El impacto de esta transformación ha sido notable. Gracias a la tecnología implementada, el ingreso al Intuit Dome se ha reducido a apenas seis segundos mediante el uso de biometría, eliminando filas y mejorando drásticamente la percepción del evento desde el primer contacto. Además, el sistema ha acelerado las ventas de alimentos y mercaderías de 4 a 8 veces, permitiendo a los aficionados dedicar más tiempo a disfrutar del espectáculo. Estos resultados tangibles elevan la experiencia del aficionado y consolidan al Intuit Dome como un modelo a seguir para la industria del entretenimiento y la hospitalidad a nivel mundial.

En el marco de este innovador proyecto, CanalAR tuvo la oportunidad de conversar con Sebastián Miserendino, CTO en Globant LATAM, quien compartió detalles sobre la gestación y los desafíos de esta transformación tecnológica.

- ¿Cómo se gestó esta alianza con los LA Clippers para un proyecto tan ambicioso como el Intuit Dome?

- La oportunidad surgió del sueño de Steve Ballmer, líder de los LA Clippers, de construir la arena más innovadora del mundo, un estadio que redefiniera la relación entre los fans y el entretenimiento en vivo al integrar experiencias digitales y físicas. Para lograr esto, necesitaban un socio con una visión estratégica clara, gran capacidad de innovación tecnológica y experiencia en proyectos de gran escala. Nosotros en Globant pudimos ofrecer nuestro expertise en transformación digital y experiencias inmersivas, lo que nos convirtió en un socio clave para liderar la creación de la hoja de ruta tecnológica del Intuit Dome. Es un proyecto que hoy es una realidad y nos llena de orgullo.

- Un proyecto de esta magnitud siempre presenta desafíos. ¿Cuál fue el principal reto al desarrollar esta hoja de ruta tecnológica para el Intuit Dome?

- El principal desafío fue diseñar una experiencia “phygital” que eliminara cualquier fricción entre el mundo físico y el digital, asegurando que la tecnología actuara como un habilitador casi invisible. Esto implicó integrar en un solo ecosistema tecnologías avanzadas como la IA, biometría, IoT y plataformas de *loyalty* en tiempo real, sobre una infraestructura robusta y escalable. Además, buscamos asegurar que cada punto de contacto fuera fluido, personalizado y capaz de evolucionar en función del comportamiento del fan. Lograr esta interoperabilidad de sistemas, manteniendo altos estándares de seguridad y experiencia de usuario, fue una tarea compleja pero absolutamente fundamental para el éxito del proyecto.

- ¿Podrías detallar cómo fue el proceso de cocreación con los Clippers y los demás socios tecnológicos?

- En Globant, siempre abordamos el trabajo con nuestros clientes a través de un proceso de cocreación colaborativa.

Desde el inicio, trabajamos mano a mano con los LA Clippers y con otros socios tecnológicos, priorizando una visión compartida: poner al fan en el centro de todas las decisiones. Nuestro equipo, compuesto por más de 400 especialistas, colaboró activamente en definir las necesidades del usuario, seleccionar las mejores tecnologías y coordinar la integración de múltiples plataformas. Esta dinámica de trabajo nos permitió iterar rápidamente, adaptarnos a nuevos requerimientos y asegurar que cada solución tecnológica fuera consistente con la experiencia que buscábamos brindar. La confianza mutua, el profundo conocimiento del negocio y un enfoque ágil fueron claves para materializar una visión tan ambiciosa.

Intuit Dome, el estadio de los LA Clippers ubicado en Inglewood, California, Estados Unidos.

- Para lograr una experiencia tan inmersiva, ¿qué tecnologías específicas fueron fundamentales en esta implementación?

- Varias tecnologías fueron esenciales. La plataforma de identidad fue crucial para personalizar la experiencia de cada fan. La biometría, en combinación con la aplicación móvil, permitió un acceso rápido y sin fricciones al estadio. También destacaría el uso de Inteligencia Artificial para personalizar contenidos, promociones y la navegación dentro del estadio en tiempo real. Además, las tecnologías de IoT (Internet de las Cosas) ayudaron a optimizar servicios como el control de accesos, estacionamiento y venta de productos. Finalmente, la infraestructura cloud, especialmente basada en tecnología Microsoft, garantizó la escalabilidad y seguridad de todo el ecosistema digital. También exploramos el uso de AR/VR para experiencias inmersivas.

- La inteligencia artificial y la biometría son tecnologías de vanguardia. ¿Qué rol específico desempeñaron en la mejora de la experiencia del aficionado?

- La inteligencia artificial fue fundamental para ofrecer una experiencia verdaderamente personalizada. Nos permitió analizar en tiempo real el comportamiento y las preferencias de cada fan, adaptando las comunicaciones, promociones y servicios de manera dinámica. Gracias a la IA, cada interacción dentro del Intuit Dome se vuelve más relevante y fluida, desde recomendar estacionamientos cercanos y optimizar la compra de alimentos o merchandising, hasta enviar contenidos y beneficios personalizados según los intereses individuales. Este nivel de personalización ayudó a generar una conexión más fuerte entre los fans y el evento, mejorando su satisfacción y fidelidad. Por su parte, la biometría agilizó enormemente el ingreso y la seguridad en el Intuit Dome, logrando reducir el tiempo de entrada a solo seis segundos.

- El proyecto integró más de 500 características. De todas ellas, ¿cuáles destacaría como las más innovadoras o las que presentaron mayores desafíos en su implementación?
- Entre las características más innovadoras y desafiantes, destacaría sin duda el sistema de lealtad en tiempo real basado en el comportamiento del fan, que permite ofrecer beneficios y contenidos personalizados minuto a minuto durante el evento. También, la implementación de compras sin fricción, donde los aficionados pueden adquirir alimentos o merchandising con mínima interacción, fue un gran desafío que resultó en ventas 4 a 8 veces más rápidas. Otro hito importante fue la integración biométrica para el ingreso, combinada con una plataforma de identidad única que unifica todas las interacciones del fan, desde la compra del boleto hasta su participación en activaciones exclusivas dentro del estadio.

- Con tantos sistemas interconectados, ¿cómo aseguraron su interoperabilidad y un flujo de datos sin interrupciones?
- Desde el inicio, concebimos la arquitectura tecnológica como un ecosistema unificado. Trabajamos arduamente en integrar los sistemas a través de APIs robustas, asegurando que los datos fluyeran de manera segura y en tiempo real entre las plataformas. Además, construimos capas de interoperabilidad que permiten que los distintos módulos —ticketing, identidad, compras, lealtad— se comuniquen y se actualicen de forma consistente. Esta integración permitió que los fans experimenten su jornada como un único viaje fluido, en lugar de una serie de interacciones desconectadas. La nube de Microsoft jugó un rol central para garantizar la escalabilidad, la seguridad y la resiliencia de todo el sistema.

- Tras seis meses de funcionamiento, ¿cuál ha sido el impacto concreto en la experiencia del usuario y qué datos de satisfacción o engagement pueden compartir?
- El impacto ha sido notable desde los primeros meses. Más de 400,000 aficionados han utilizado la aplicación y las funcionalidades de Game Face ID. Observamos que más del 80% de los usuarios adoptaron la aplicación móvil como su método preferido para interactuar con el estadio. Como mencionamos, el ingreso al Intuit Dome se redujo a apenas seis segundos gracias a la biometría, eliminando filas y mejorando significativamente la percepción del evento desde el primer contacto. Además, las ventas de alimentos y mercaderías se aceleraron de 4 a 8 veces, permitiendo a los fans pasar más tiempo disfrutando del espectáculo. La satisfacción general de los usuarios subió de un promedio de 3.2/5 a 4.4/5 en comparación con los métodos tradicionales.

- Después de estos primeros seis meses, ¿cuáles han sido los aprendizajes clave para Globant de este ambicioso proyecto?
- Los resultados obtenidos hasta el momento reafirman nuestra convicción de que la tecnología al servicio del usuario, con una presencia casi invisible, es la clave para diseñar una experiencia única. La personalización basada en datos genera un impacto directo en la satisfacción y la lealtad de los fans: cuando un aficionado siente que la experiencia está pensada para él, su conexión emocional con el evento se fortalece. Además, aprendimos que los usuarios están abiertos a adoptar nuevas tecnologías si estas mejoran genuinamente su experiencia, siempre que se comunique claramente el valor y se garantice la seguridad de sus datos.

- ¿En qué otras industrias o espacios consideran que este tipo de innovación podría generar un impacto similar?
- La transformación “phygital” que aplicamos en el Intuit Dome es perfectamente replicable en una amplia gama de industrias. Vemos un enorme potencial en sectores como el entretenimiento (más allá de los estadios), el turismo, los centros comerciales, la hotelería, e incluso en el sector de la salud. Cualquier espacio que implique una interacción masiva con clientes puede beneficiarse enormemente de integrar experiencias personalizadas, ingreso sin fricción, plataformas de lealtad inteligentes y servicios basados en el comportamiento en tiempo real. Por ejemplo, resorts, parques temáticos o aeropuertos podrían ofrecer recorridos totalmente personalizados, eliminando tiempos de espera y optimizando cada punto de contacto. La clave, como siempre, está en usar la tecnología para hacer la vida del usuario más fácil y memorable.

Intel presentó nuevas GPUs y aceleradores de IA en Computex 2025

Durante Computex 2025, Intel reveló una serie de anuncios enfocados en unidades de procesamiento gráfico (GPUs) y aceleradores de inteligencia artificial (IA), en el marco de su compromiso con la innovación y su larga relación con el ecosistema tecnológico de Taiwán. El evento se lleva a cabo en Taipei, Taiwán, del 20 al 23 de mayo de 2025, y coincide con la celebración de los 40 años de colaboración de Intel en la región.

Nuevas unidades de procesamiento gráfico Intel Arc Pro.

Entre las novedades destacadas se encuentran la expansión de la familia Intel Arc Pro con nuevas GPUs, la disponibilidad de los aceleradores Intel Gaudi 3 en formatos versátiles y el lanzamiento público de Intel AI Assistant Builder. Intel ha lanzado las unidades de procesamiento gráfico Intel Arc Pro B60 e Intel Arc Pro B50, diseñadas para estaciones de trabajo y tareas de inferencia de IA. Estas nuevas GPUs amplían la familia Intel Arc Pro ofreciendo configuraciones con mayor memoria y soporte de software extendido.

Basadas en la arquitectura Xe2, las GPUs Intel Arc Pro B60 y B50 incorporan núcleos de IA Intel Xe Matrix Extensions (XMX) y unidades avanzadas de trazado de rayos. La Intel Arc Pro B60 cuenta con 24 gigabytes (GB) de memoria, mientras que la Intel Arc Pro B50 viene con 16GB, ofreciendo capacidades de alto rendimiento para creadores, desarrolladores y profesionales. Están optimizadas para estaciones de trabajo de arquitectura, ingeniería y construcción (AEC), así como para inferencia, brindando estabilidad y rendimiento a través de certificaciones de proveedores de software independientes (ISV) y software optimizado.

Las GPUs Intel Arc Pro Serie B son compatibles con drivers para consumidores y profesionales en Windows. En Linux, soportan un stack de software contenedorizado para simplificar las implementaciones de IA y se mejorarán progresivamente con nuevas características. La combinación de alta capacidad de memoria y compatibilidad de software las posiciona como soluciones escalables y rentables para creadores y desarrolladores de IA.

Intel también reveló una plataforma configurable para estaciones de trabajo basada en Intel Xeon, con nombre clave Project Battlematrix. Esta plataforma está diseñada para reducir los puntos de fricción para los desarrolladores de IA y puede soportar hasta ocho GPUs Intel Arc Pro B60 de 24 GB, permitiendo modelos de IA medianos (hasta 150 mil millones de parámetros) con hasta 192 GB de memoria de video.

La GPU Intel Arc Pro B60 comenzará a distribuirse en muestras a socios fabricantes de tarjetas adicionales, como ASRock, Gunnir, Lanner, Maxsun, Onix, Senao y Sparkle, a partir de junio de 2025. La Intel Arc Pro B50 estará disponible a través de revendedores autorizados de Intel a partir de julio de 2025.

Intel ha ampliado su estrategia de IA con nuevas opciones de implementación para los aceleradores Intel Gaudi 3. Ahora están disponibles en tarjetas PCIe y en sistemas a escala de rack. Las tarjetas Intel Gaudi 3 PCIe permiten una inferencia de IA escalable dentro de los entornos de servidores de centros de datos existentes. Su configuración escalable ofrece a negocios de todos los tamaños la flexibilidad para ejecutar modelos de IA desde Llama 3.1 8B hasta Llama 4, y estarán disponibles en la segunda mitad de 2025.

Los diseños de referencia para sistemas Intel Gaudi 3 a escala de rack están construidos para flexibilidad y escalabilidad, soportando hasta 64 aceleradores por rack y ofreciendo 8.2 terabytes (TB) de memoria de alto ancho de banda. Su diseño abierto y modular ayuda a evitar la dependencia de un único proveedor, y el uso de enfriamiento líquido contribuye a un rendimiento sólido y a mantener bajo el costo total de propiedad (TCO).

Nuestros clientes avalan su calidad 3nStar

TÉRMICAS DIRECTAS DE RECIBO

3nStar | LA ELECCIÓN DE LAS GRANDES CADENAS ARGENTINAS

RPT004

IMPRESORA TÉRMICA DIRECTA DE RECIBOS 80mm

- Ancho de Impresión: 80 mm (3")
- Velocidad de Impresión: 230 mm/s
- Interfaz: USB, Ethernet
- Emulación: ESC/POS

RPT008

IMPRESORA TÉRMICA DIRECTA DE RECIBOS 80mm

- Ancho de Impresión: 80 mm (3")
- Velocidad de Impresión: 260 mm/s
- Interfaz: USB, Ethernet, Serial
- Emulación: ESC/POS

netpointar @netpointargentina

HECHAS PARA VENDER, ELEGIDAS PARA DURAR

CONECTÁ CON NOSOTROS **¡AHORA!**

Netpoint Argentina | **NETPOINTAR.COM**

Intermaco impulsa la expansión de Verbatim en el mercado IT argentino

El mayorista IT Intermaco y Verbatim se encuentran impulsando su reciente alianza. Y para entender mejor los alcances y proyecciones de este acuerdo, dialogamos con Lucila Lazzeretti, Jefa de Producto de Verbatim en Intermaco, y Gabriela Toscanini, Sales Manager LAR South en Verbatim.

Gabriela Toscanini, Sales Manager LAR South en Verbatim, y Lucila Lazzeretti, Jefa de Producto de Verbatim en Intermaco.

- ¿Qué motivó a Intermaco a aliarse con Verbatim en este momento?

- Lucila Lazzeretti: Intermaco busca generar alianzas con marcas con trayectoria, solidez y proyección en el mercado, y Verbatim cumple con dichos requisitos. Es una marca reconocida globalmente por su calidad en soluciones de almacenamiento. En este momento particular, su apuesta por nuevas categorías como periféricos y accesorios agrega un valor adicional que complementa nuestra oferta. Esta alianza surge como respuesta a una demanda concreta del canal: contar con productos confiables y accesibles y con respaldo en distribución.

- ¿Por qué eligieron a Intermaco como socio estratégico en el mercado local?

- Gabriela Toscanini: Intermaco es un socio ideal para Verbatim. Combina experiencia, profesionalismo y un conocimiento profundo del canal. Conocen muy bien las necesidades del mercado y cuentan con una red de distribución sólida, activa y en constante crecimiento. Además, compartimos valores clave: compromiso con la calidad, foco en el cliente y una mirada estratégica hacia el desarrollo del negocio. Esta alianza nos permite trabajar de forma ágil, cercana y con una visión de largo plazo.

- ¿Qué soluciones de Verbatim estarán disponibles a través de Intermaco y cuáles tendrán mayor protagonismo?

- Lucila Lazzeretti: Nuestro portafolio incluye toda la línea tradicional de almacenamiento: pendrives, discos duros externos, tarjetas de memoria y SSD´S. A esto se agregan las nuevas líneas de periféricos y accesorios como teclados, mouses, hubs, auriculares, monitores portátiles y soportes. Esta variedad nos permite ofrecer una solución completa, tanto para el canal de distribución como para el corporativo.

- Gabriela Toscanini: El almacenamiento sigue siendo parte del ADN de Verbatim, y nuestras soluciones en discos externos, pendrives y tarjetas de memoria mantienen una demanda constante. Pero estamos viendo un gran crecimiento en categorías como cargadores, cables, hubs, monitores portátiles y accesorios tecnológicos, donde la marca suma diseño, funcionalidad y calidad. Son productos pensados para un consumidor conectado, exigente y en movimiento, y creemos que ahí vamos a marcar una gran diferencia.

- ¿Cuál es el valor agregado que esta alianza trae para los clientes de Intermaco y el canal IT?

- Lucila Lazzeretti: La principal ventaja es el acceso directo a un porfolio amplio y de calidad. Intermaco garantiza disponibilidad, logística eficiente y soporte comercial personalizado. Verbatim aporta su experiencia internacional y un desarrollo constante de nuevos productos. El canal encuentra así una propuesta integral: tecnología confiable, buen pricing, soporte y continuidad de stock.

PC ARTS y ESET: una alianza frente a los desafíos de ciberseguridad

En un contexto en el que las amenazas cibernéticas evolucionan al ritmo de la tecnología, la ciberseguridad se ha vuelto una prioridad ineludible para empresas de todos los tamaños. Los avances en inteligencia artificial, si bien ofrecen grandes oportunidades de automatización y eficiencia, también son utilizados por ciberdelincuentes para desarrollar ataques más sofisticados, dirigidos y difíciles de detectar. Ante este panorama, contar con socios tecnológicos de confianza se vuelve clave para garantizar la integridad de los sistemas y datos corporativos.

Hoy en día, las empresas enfrentan múltiples riesgos digitales: desde ransomware y phishing hasta brechas de datos que pueden comprometer información crítica de clientes y operaciones. Según diversos reportes de la industria, los ciberataques no sólo aumentaron en frecuencia durante el último año, sino también en complejidad. Frente a este escenario, la ciberseguridad dejó de ser un tema exclusivo del área de IT para convertirse en una preocupación estratégica a nivel organizacional.

En este contexto, herramientas como ESET Protect y sus distintos bundles, se vuelven fundamentales para mitigar estos riesgos, protegiendo desde dispositivos móviles hasta servidores. Estas soluciones no sólo ofrecen protección avanzada contra amenazas, sino que también permiten una gestión centralizada, análisis en tiempo real y una excelente relación costo-beneficio, especialmente para pymes y empresas en crecimiento.

Para las grandes industrias se puede complementar la protección con herramientas de detección y respuesta como ESET Inspect y aquellas que quieran llevar su nivel de seguridad a otro nivel existe el servicio MDR Ultimate (Managed Detection & Response) que incorpora asistencia personalizada fusionada con inteligencia artificial.

PC ARTS + ESET: tecnología, respaldo y cercanía

PC ARTS, uno de los principales distribuidores de tecnología en Argentina, se ha posicionado como un socio clave para ESET en la región. A través de una relación de

Nicolas Perret, Product Manager de ESET en PC ARTS.

largo plazo, ambas compañías trabajan en conjunto para ofrecer soluciones de seguridad adaptadas a las necesidades de los canales y sus clientes finales.

“Desde PC ARTS no solo distribuimos tecnología, sino que nos enfocamos en brindar un verdadero acompañamiento estratégico a nuestros partners. Nuestra propuesta de valor con ESET incluye soporte especializado, capacitaciones y asesoramiento comercial para ayudar a cada canal a desarrollar su negocio en ciberseguridad”, explica Nicolas Perret, Product Manager de ESET en PC ARTS.

El trabajo con los canales es uno de los pilares de esta alianza. PC ARTS ofrece herramientas de marketing, acceso al programa de partners y acciones de generación de demanda para que los canales puedan posicionar las soluciones de ESET de forma efectiva en un mercado cada vez más competitivo. Además, la cercanía y el conocimiento profundo del mercado local permiten a PC ARTS ofrecer una respuesta ágil y personalizada.

“Nuestro objetivo es que cada partner encuentre en nosotros un aliado confiable para desarrollar su oferta de ciberseguridad. En un entorno donde la inteligencia artificial también está siendo utilizada por los atacantes, es clave contar con soluciones como las de ESET, que integran tecnología proactiva con inteligencia humana, y con un distribuidor como PC ARTS, que entiende el negocio y los desafíos de cada cliente”, agrega Perret.

3nStar NuStar 65: tecnología que potencia la eficiencia con SAP en la industria farmacéutica

La terminal de datos 3nStar NuStar 65 se posiciona como una herramienta disruptiva. No solo por su robustez y capacidad operativa en condiciones exigentes, sino por la incorporación de inteligencia aplicada a sistemas como SAP, y un desarrollo local que responde a necesidades específicas del mercado farmacéutico. Diseñada para resistir los entornos más hostiles —con certificación IP67, pantalla legible al sol y resistencia a caídas de hasta 1,5 metros— la 3nStar NuStar 65 no es solo un dispositivo resistente: es una extensión inteligente del ecosistema SAP. Gracias a la implementación de teclas físicas personalizables, los usuarios pueden ejecutar acciones específicas dentro de SAP, como navegar hacia atrás en un proceso, sin necesidad de depender exclusivamente de pantallas táctiles o menús complejos. Esta integración representa una mejora tangible en la ergonomía del trabajo móvil, reduciendo tiempos de operación y errores humanos en tareas repetitivas, sobre todo en áreas como logística, producción y control de stock.

Desarrollo para la trazabilidad farmacéutica

Una de las innovaciones más destacadas es un desarrollo local realizado en Argentina, que permite al 3nStar NuStar 65 realizar parsing (recorte y extracción inteligente) de códigos de barra Datamatrix. Este tipo de código es ampliamente utilizado en el sector farmacéutico para asegurar la trazabilidad de medicamentos, de acuerdo con normativas sanitarias nacionales e internacionales. El sistema desarrollado permite a la terminal leer un Datamatrix, identificar campos clave como lote, vencimiento y número de serie, y enviarlos directamente al sistema SAP o cualquier otro sistema de gestión, listos para ser procesados. Esta capacidad elimina la necesidad de procesos manuales de lectura e ingreso de datos, minimizando errores y acelerando significativamente los tiempos de trazabilidad.

El respaldo de Netpoint Argentina

En Argentina, el impulso de estas soluciones innovadoras está liderado por Netpoint, el mayorista oficial de la marca 3nStar en el país. La empresa no solo distribuye el hardware, sino que también promueve el desarrollo de soluciones adaptadas a las necesidades locales, especialmente en sectores altamente regulados como el farmacéutico.

“Desde Netpoint entendemos que la tecnología tiene que estar al servicio de los procesos reales de las empresas. Con 3nStar NuStar 65 y las integraciones con SAP, estamos acortando la brecha entre el hardware y el software, con soluciones diseñadas en Argentina para el mundo”, señaló Pablo Seltzer, CEO de Netpoint Argentina.

Versatilidad y conectividad

Con Android 14, procesador Octa Core, 6 GB de RAM y 64 GB de almacenamiento expandible, el 3nStar NuStar 65 garantiza un rendimiento fluido y compatibilidad con las últimas aplicaciones empresariales. Su batería de 5000 mAh ofrece más de 8 horas de autonomía, ideal para jornadas laborales completas. Conectividad 4G, doble SIM, Wi-Fi, Bluetooth 5.2 y GPS completan un perfil técnico pensado para operaciones móviles en tiempo real. La 3nStar NuStar 65 no es solo un hardware poderoso, sino un ejemplo de cómo la tecnología puede ser adaptada localmente para resolver problemas concretos, mejorar procesos y cumplir con normativas exigentes. En un contexto donde eficiencia y trazabilidad son clave, esta terminal se convierte en una aliada estratégica para empresas que trabajan con SAP y sectores regulados como el farmacéutico.

Polytech realizó su primer roadshow del año junto a Crucial, Intel, Corsair, Hiksemi y Gigabyte

Polytech, el mayorista IT argentino con más de tres décadas de trayectoria, realizó su primer roadshow del año, dirigido a canales de CABA y Gran Buenos Aires. El evento, que tuvo lugar el pasado 21 de mayo, reunió a resellers, marcas y ejecutivos del sector en una jornada de networking, capacitación y presentación de novedades.

Durante el encuentro, los asistentes pudieron participar en capacitaciones y coordinar reuniones con representantes de marcas líderes como Crucial, Intel, Corsair, Hiksemi y Gigabyte. El evento también sirvió para fortalecer vínculos comerciales y explorar nuevas oportunidades de negocio en un contexto de transformación digital acelerada.

“Este roadshow fue una oportunidad para acercarnos a nuestros socios estratégicos, compartir tendencias del mercado y reforzar nuestro compromiso con la innovación y el crecimiento conjunto”, destacó Adrián De Reatti, presidente de Polytech. “Nuestro objetivo es seguir siendo el puente entre las marcas y los canales, brindando herramientas, soporte y soluciones que potencien el negocio de nuestros resellers en un mercado cada vez más competitivo”.

Del evento participaron con disertaciones Felipe Gera y Daniel Veas, Gerentes de Micron Crucial; Germán Loureiro, Industry Technical Specialist en Intel; por parte de Corsair, Diego Mercader (Key Account Manager Argentina y Uruguay) y Leonardo Villalobos (Channel Sales Argentina); y Angel Brozman, Sales & Marketing Manager de HIKSEMI.

“El roadshow marcó el inicio de una serie de actividades que Polytech tiene previstas para 2025 en las que buscamos fortalecer el contacto con nuestro clientes y apostando a llegar otras partes del país con el apoyo de las principales marcas”, dijo por su parte Ana Linda Monroy, Gerente de Marketing y Comunicaciones de Polytech. “Con el foco puesto en la capacitación, la digitalización y el fortalecimiento de nuestra plataforma de e-commerce, Gestión Resellers, que continúa evolucionando para ofrecer una experiencia de compra ágil y eficiente”.

Micron Crucial redobla su apuesta por Argentina de la mano de Elit

En un reciente encuentro exclusivo celebrado en Buenos Aires, el mayorista Elit y representantes de Micron Crucial se dieron cita para una jornada estratégica, diseñada para fortalecer los lazos con el canal y delinear las proyecciones y novedades de producto para la segunda mitad del año. La reunión, que congregó a un selecto grupo de resellers, fue un espacio clave para el networking y el análisis del mercado actual, con foco en la actualización tecnológica en los segmentos gamer, de consumo y corporativo.

Micron anunció una expansión de su portafolio de unidades SSD y módulos de memoria RAM, con un claro impulso hacia una migración más rápida al formato NVMe de alto rendimiento. Se prevé el lanzamiento de varias innovaciones antes de finalizar el año, con una fuerte orientación hacia el nicho gaming. Estas nuevas unidades de estado sólido no solo prometen mayor velocidad, sino también una versatilidad superior, con formatos compactos que garantizan compatibilidad con diversas configuraciones de hardware, y un diseño que prioriza la performance pura sobre la estética.

Daniel Veas, gerente regional de Micron para Cono Sur, compartió con CanalAR la visión de la compañía para el futuro cercano: “Estamos decididos a redefinir la experiencia de los usuarios, especialmente en el ámbito gaming, con soluciones que privilegian la velocidad y la eficiencia. Nuestra estrategia para el segundo semestre no solo se enfoca en expandir un portafolio de SSDs hacia formatos NVMe, sino también en consolidar el mercado corporativo a través de alianzas estratégicas y un fuerte respaldo al canal”.

Veas destacó que, si bien el portafolio empresarial de Micron no es tan conocido en la región, existe una “oportunidad tremenda” para el crecimiento, a través de la evangelización de canales, la capacitación de vendedores y el soporte postventa con arquitectos de soluciones. La empresa también busca traer a Latinoamérica productos desarrollados en conjunto con socios globales de la talla de NVIDIA, HP, Lenovo y Dell.

Por su parte, Elit se posiciona como un actor fundamental en esta estrategia. Diego Arcas, Product Manager de Crucial en Elit, resaltó el rol activo del mayorista como puente entre fabricantes y resellers, asegurando la disponibilidad de productos y el acceso a créditos para el canal. Arcas señaló que la reciente apertura económica en Argentina ha facilitado la importación de una mayor variedad y cantidad de productos, lo que permite estabilizar el mercado interno. Sin embargo, advirtió sobre las dinámicas globales en la industria de semiconductores, que han llevado a una retracción de plantas y, consecuentemente, a un rebote en los precios que se espera impacte localmente en el corto plazo.

Arcas enfatizó la importancia de la diferenciación en un mercado competitivo: “Nuestra misión en Elit es ser el puente que conecte la innovación de Micron y Crucial con las necesidades del mercado argentino. Estamos fortaleciendo nuestra oferta con una mayor variedad y la capacidad de importar tecnologías de punta. En un contexto global volátil, la experiencia del reseller local y el soporte postventa se vuelven invaluables para el consumidor, quien busca tanto el mejor precio como un asesoramiento confiable”. Esta diferenciación se extiende a la oferta de productos únicos, como módulos de memoria de 24 GB, donde la empresa apuesta por la calidad y la experiencia por encima de la guerra de precios.

Micron Crucial planea una fuerte presencia digital a través de los sitios de los canales y campañas digitales, además de participar en eventos de gaming. Elit ya está desarrollando capacitaciones para el segmento corporativo y pronto ofrecerá sesiones online para ampliar el alcance de sus socios.

Air Computers concretó su primer viaje de incentivos del año: “Vacilón” en Colombia

El mayorista IT Air Computers realizó su primer programa de incentivos del año, denominado “VACILÓN”, llevando a sus mejores canales de distribución y socios tecnológicos a una experiencia memorable en Colombia. Este programa buscaba recompensar la lealtad y fortalecer las relaciones comerciales a través de vivencias únicas que perduren en el tiempo.

El programa “VACILÓN” operó mediante un sistema de acumulación de puntos, donde cada dólar gastado equivalía a un punto. Para acelerar la suma de puntos, Air Computers y sus marcas asociadas ofrecieron promociones especiales, permitiendo a los canales duplicar o incluso triplicar sus puntos en compras específicas. La vigencia del programa se extendió hasta el 30 de abril, abriendo paso al tan esperado viaje. El programa contó con la participación de un amplio número de marcas tecnológicas, entre las que se encuentran Adata, Amd, Asus NB, Asus componentes, Biostar, Brother, Cx, Epson, Gamemax, Genius, Gigabyte, Hiksemi, Hikvision, Hp Computo, Hp ink, Intel, Klip Xtreme, Lenovo, Microsoft, Msi y Philips.

Sergio Airoldi, CEO de Air Computers, había expresado que el programa “VACILÓN” es “más que un viaje; es una oportunidad para fortalecer lazos con nuestros socios y recompensar su lealtad”. En relación con el éxito de este tipo de iniciativas, el propio Airoldi, comentó: “Para nosotros, estos viajes son la materialización de nuestra gratitud y un testimonio de la sólida relación que construimos con nuestros canales y socios. Van más allá de un simple incentivo; son una inversión en la lealtad, el crecimiento mutuo y la creación de lazos perdurables que impulsan nuestro ecosistema IT en Argentina”.

Airoldi añadió: “Como uno de los principales mayoristas de IT en Argentina, nuestro rol es fundamental. No solo distribuimos tecnología de vanguardia, sino que también somos un pilar para el desarrollo de negocios de nuestros canales. Facilitamos el acceso a las mejores marcas globales y proporcionamos el soporte necesario para que puedan destacarse en un mercado tan dinámico. Nuestro compromiso es ser el socio estratégico que impulse el éxito de cada uno de ellos, consolidando así el liderazgo de Air Computers en el sector”.

Ceven impulsa soluciones integrales Apple para la continuidad operativa de las empresas

Para las empresas que confían en el ecosistema Apple, contar con un socio estratégico que ofrezca soporte integral es crucial. En este sentido, el mayorista IT Ceven se destaca por su enfoque en brindar soluciones a lo largo de todo el ciclo de vida de los dispositivos Apple, asegurando la continuidad operativa y la productividad a largo plazo. La propuesta de Ceven va más allá de la simple provisión de equipos.
Se centra en ofrecer un asesoramiento detallado desde la configuración inicial hasta la implementación o Deployment, dimensionando cada consulta para lograr el mejor resultado técnico, operativo y comercial. Este acompañamiento busca asegurar la continuidad operativa a través de diferentes mecanismos, destacando especialmente los esquemas de garantía extendida, ampliada y customizable.

Jennifer Tofel, Product Manager Apple en Ceven .

Para entender cómo Ceven potencia el uso de soluciones Apple en el segmento corporativo, conversamos con Jennifer Tofel, Product Manager Apple en Ceven:

- ¿Podrías explicarnos cuál es la propuesta de Ceven en relación a las soluciones Apple para empresas, y cómo se diferencia en el mercado?

- En Ceven, nuestra visión junto a Apple es ofrecer un ecosistema integral de soluciones que acompañen a las empresas durante todo el ciclo de vida de sus dispositivos. Nuestra propuesta se diferencia por brindar no solo un servicio de venta, sino un acompañamiento completo desde el asesoramiento inicial, opciones de financiación y leasing, hasta una postventa robusta y personalizada. A través de nuestros esquemas de garantía extendida y customizable —que pueden incluir upgrades de nivel de servicio— aseguramos la continuidad operativa del cliente. Además, contamos con laboratorio propio, técnicos certificados por Apple y un Service Manager exclusivo que garantiza trazabilidad, respuesta eficiente y soporte personalizado.

- ¿Cuál fue la respuesta del canal a esta propuesta?

- La respuesta ha sido muy positiva. Desde el lanzamiento de Apple como marca estratégica, el canal venía señalando la necesidad de una propuesta integral y sólida como la que hoy ofrecemos. El modelo de negocio, que combina productos Apple con soporte técnico certificado, garantías ampliadas y condiciones financieras competitivas, fue muy bien recibido por partners que buscan generar valor diferencial en sus clientes corporativos.

- ¿Cuán predispuesto está el ámbito corporativo a incorporar soluciones de Apple para sus usuarios?

- El interés por parte del sector corporativo es creciente. La presencia articulada entre Apple, Ceven y el canal ha sido clave para generar confianza y mostrar el potencial de las soluciones. Hoy las empresas no solo están dispuestas a evaluar productos Apple, sino que avanzan activamente en pruebas de concepto, demostraciones y despliegues que validan la eficiencia, seguridad y experiencia del ecosistema Apple en sus entornos productivos.

- En cuanto a las diferentes modalidades de contrato de servicio, ¿qué son los “Ceven care” y cuáles son sus principales características?

- Los contratos “Ceven Care” ofrecen soporte técnico especializado, diagnóstico remoto 24/7/365 y atención personalizada vía mail, WhatsApp o teléfono.

  • Ceven Care Pro: respuesta en 4 horas hábiles con diagnóstico técnico.

• MaxCare y Complete Care: menor tiempo de respuesta (hasta 2 horas hábiles), e incluyen beneficios como cobertura por daño accidental, upgrades en repuestos y condiciones extendidas según la necesidad del cliente.

Estos contratos se adaptan a ciclos de 1, 3 y 5 años, permitiendo a cada empresa elegir el nivel de cobertura que mejor se ajuste a su operación.

- ¿Qué opciones de extensión de garantía brindan y cómo benefician a las empresas en su operación diaria?

- Ofrecemos garantías extendidas de fábrica por 3, 4 y 5 años. Este servicio permite a las empresas mantener su infraestructura tecnológica operativa sin sobresaltos. Al extender la garantía, se reduce el impacto financiero por reparaciones no planificadas, se extiende la vida útil de los activos, se estabiliza el presupuesto de soporte técnico y se maximiza el valor de reventa. En resumen, aporta previsibilidad y continuidad operativa.

- Brindan soporte vía múltiples canales y diagnóstico remoto disponible 24x7. ¿Cómo se gestiona esta infraestructura de soporte para asegurar una atención eficiente y oportuna para los clientes empresariales?

- Nuestro modelo de soporte está diseñado para ser ágil, eficiente y proactivo. Desde la creación de un laboratorio propio con estándares Apple y técnicos certificados, hasta una estructura tecnológica robusta con sistemas de gestión de tickets, acuerdos de SLA claros y un Service Manager asignado como punto de contacto único para clientes corporativos. Esta infraestructura permite una atención multicanal, personalizada y en línea con los estándares internacionales que Apple promueve en su red global de partners.

El equipo responsable en Ceven, conformado por Tsuinami Rivas (Ejecutiva de Ventas), Ariel Chaile (Ingeniero de Preventa) y Jennifer Tofel (Product Manager Apple), está listo para ofrecer una asesoría completa y acompañar a las empresas en cada paso de su proceso de negocio con Apple.

Además de las extensiones de garantía mencionadas, los planes “Ceven care” ofrecen coberturas detalladas:

• Soporte y diagnóstico remoto disponible 24x7 y 365 días. Los incidentes se reportan vía email o WhatsApp.
• Diagnóstico detallado de equipos dentro y fuera de garantía.
• Reparación de hardware a nivel de componentes en laboratorio.
• Sustitución de piezas autorizadas.
• Las reparaciones se realizan en los laboratorios de Ceven por un equipo de técnicos certificados. El tiempo de solución de hardware es de 48 horas desde el ingreso del equipo en los laboratorios de Ceven (no incluye tiempos de traslado/envío). Los tiempos y costos de retiro y entrega se ajustan por zona geográfica.
• Pruebas de calidad y certificación post-reparación.
• Las modalidades Pro y MaxCare no incluyen el reemplazo de batería. El plan Complete Care sí incluye reemplazo de batería (1 batería por año).
• El plan Complete Care también ofrece cobertura por daños accidentales (golpes, derrame, caídas, incendio o sobrecarga eléctrica) con reparaciones ilimitadas hasta el valor del dispositivo.

Ariel Chaile, Ingeniero de Preventa; Jennifer Tofel; y Tsuinami Rivas, Ejecutiva de Ventas.

TD SYNNEX inauguró oficinas en el Polo Tecnológico de Parque Patricios

En una clara señal de confianza en el potencial del mercado argentino, TD SYNNEX, uno de los principales distribuidores globales de soluciones tecnológicas, anunció la inauguración de sus nuevas oficinas en el corazón del Polo Tecnológico de Parque Patricios, en la Ciudad de Buenos Aires.

Helio Guimaraes, Vicepresidente y Gerente General de la Región MCA; Carolina Tornay, Managing Director para Argentina, Paraguay y Uruguay; y Marcos Murata, Vice President LAC Vendor Management & Business Strategy.

La decisión de mudarse a este emblemático polo de innovación responde a una estrategia que busca fortalecer el trabajo colaborativo, brindar un entorno moderno para sus equipos y facilitar la cercanía con los principales actores del ecosistema tecnológico. En palabras de Helio Guimaraes, Vicepresidente y Gerente General de la Región MCA (Multi-Country Area), “la apertura de nuestra nueva oficina es una muestra de la confianza que tenemos en el crecimiento que está teniendo el país”.

TD SYNNEX experimentó un notable crecimiento en el segundo semestre de 2024, lo que motivó a la compañía a redoblar su apuesta por el mercado argentino. Las proyecciones, según afirman desde la empresa, son “muy optimistas” y justifican nuevas inversiones para ampliar capacidades y mejorar el vínculo con socios y fabricantes.

Las flamantes instalaciones combinan diseño moderno con funcionalidad. Cuentan con espacios abiertos y colaborativos, tres salas de reuniones, livings informales, comedor-coworking y una sala de capacitación. Además, el edificio ofrece servicios complementarios como gimnasio, cafetería, banco y una terraza, lo que contribuye a un ambiente laboral integralmente pensado para el bienestar de los colaboradores.

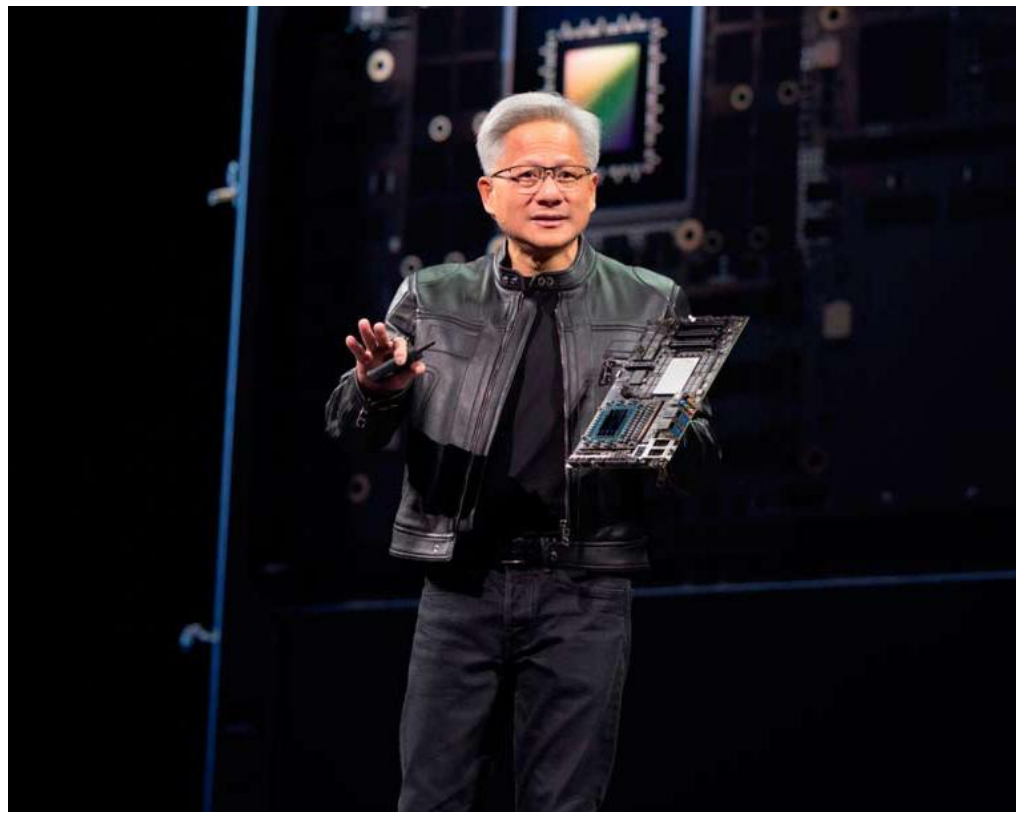
“Nuestra ubicación y espacio hablan de la empresa que somos hoy: profesional, innovadora y orientada a las personas”, afirmó Carolina Tornay, Managing Director para Argentina, Paraguay y Uruguay. “Sabemos que un entorno moderno, luminoso y agradable impacta positivamente tanto en la productividad como en el bienestar de quienes trabajan con nosotros”.

En línea con su compromiso con la sostenibilidad, la oficina incorpora prácticas ecológicas como gestión de residuos, iluminación con sensores de movimiento y un jardín vertical que aporta un pulmón verde al entorno urbano.

Con un portafolio enfocado en soluciones de ciberseguridad, nube, data center, networking y servicios, TD SYNNEX continúa consolidando su rol como socio estratégico de empresas tecnológicas en el país, y ahora lo hace desde un espacio que refleja su visión de futuro y su fuerte cultura organizacional.

NVIDIA impulsa la era de los Robots Humanoides con la actualización de Isaac GR00T

En el marco de COMPUTEX, NVIDIA presentó una serie de avances tecnológicos que prometen acelerar significativamente el desarrollo y la implementación de robots humanoides, destacando la primera gran actualización de su modelo básico abierto, generalizado y totalmente personalizable: NVIDIA Isaac GR00T N1.5. Este anuncio subraya la apuesta de la compañía por la "IA física" y la robótica como motores de la próxima revolución industrial, según palabras de su fundador y CEO, Jensen Huang.



Jensen Huang, fundador y CEO de NVIDIA

NVIDIA Isaac GR00T N1.5 está diseñado específicamente para potenciar el razonamiento y las habilidades de los robots humanoides, proporcionando una base flexible para que los desarrolladores creen capacidades más avanzadas. La disponibilidad de estos nuevos modelos abiertos de humanoides NVIDIA Isaac GR00T pronto será accesible para descargar en Hugging Face, una plataforma clave para la comunidad de IA.

Uno de los componentes cruciales que facilitó el rápido desarrollo de GR00T N1.5 es NVIDIA Isaac GR00T-Dreams. Este modelo se utiliza para la generación de datos de movimiento sintético, también conocidos como trayectorias neuronales. Mientras que GR00T-Mimic (lanzado previamente) aumenta los datos existentes, GR00T-Dreams genera datos completamente nuevos utilizando el sistema Cosmos de NVIDIA. NVIDIA Research empleó GR00T-Dreams para generar datos de entrenamiento sintético y desarrollar GR00T N1.5 en tan solo 36 horas, un proceso que habría llevado casi tres meses de recopilación manual de datos humanos.

Las mejoras introducidas en GR00T N1.5 son notables. El modelo actualizado puede adaptarse mejor a nuevos entornos y configuraciones de espacios de trabajo. También ha mejorado su capacidad para reconocer objetos a través de instrucciones proporcionadas por el usuario. Estas capacidades se traducen en una mejora significativa en la tasa de éxito del modelo para tareas comunes de manejo de materiales y manufactura, como clasificar o guardar objetos.

La adopción temprana de los modelos GR00T N ya está en marcha. Empresas como AeiRobot, Foxlink, Lightwheel y NEURA Robotics se encuentran entre los primeros en integrar estas tecnologías. AeiRobot, por ejemplo, utiliza los modelos para permitir que su robot ALICE4 entienda instrucciones en lenguaje natural y ejecute flujos de trabajo complejos de "recoger y colocar" en entornos industriales. Foxlink Group busca mejorar la flexibilidad y eficiencia de sus manipuladores robóticos, mientras que Lightwheel valida datos sintéticos y NEURA Robotics evalúa los modelos para la automatización doméstica.

El desarrollo de humanoides requiere enormes cantidades de datos y pruebas rigurosas. NVIDIA aborda esta brecha de datos y pruebas mediante la simulación y marcos de generación de datos acelerados. Tecnologías como NVIDIA Isaac Sim 5.0 y NVIDIA Isaac Lab 2.2, marcos de simulación y aprendizaje de robots, respectivamente, son fundamentales para entrenar y probar a estos humanoides en entornos virtuales que obedecen las leyes de la física antes de su despliegue físico. La plataforma Blackwell de NVIDIA, incluidas las estaciones de trabajo RTX PRO 6000 y servidores, acelera estas simulaciones y el entrenamiento.

ABB Power Protection consolida su esquema de distribución en Argentina

Adrian Marras, el Director de Electrificación de ABB para Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia.

Adrian Marras, el Director de Electrificación de ABB para Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia, ha sido testigo y protagonista de la profunda evolución de la compañía durante casi dos décadas. Con una trayectoria que abarca desde la reestructuración industrial hasta el liderazgo regional, encabeza hoy el área de electrificación, que representa el 50% del volumen de negocio de ABB a nivel mundial y en Argentina, consolidándose como el segmento más grande y representativo de la empresa. Su experiencia le ha permitido vivir de cerca la transformación de ABB, y del mismo mercado.

ABB, con más de 140 años de historia global y más de un siglo de presencia en Argentina, ha atravesado en los últimos años una profunda evolución estratégica, redirigiendo su enfoque hacia la innovación tecnológica, la digitalización, la inteligencia artificial y el desarrollo de productos de alto valor agregado. En este contexto de transformación e inversión sostenida en nuevas tecnologías, el área de Power Protection emerge con un crecimiento exponencial a nivel mundial. En Argentina, ABB ha consolidado recientemente su esquema de distribución con el nombramiento de nuevos mayoristas, preparándose para una expansión significativa en el mercado local.

- Con tu trayectoria en ABB, ¿cómo describirías tu rol actual y la importancia del negocio de Electrificación que liderás?

- Llevo casi 20 años en ABB, y actualmente soy el responsable del negocio de Electrificación para Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia. Esta unidad es estratégica, ya que representa el 50% del volumen de ABB, tanto a nivel local como global, posicionándose como el negocio más grande y representativo de la compañía. A lo largo de mi carrera, he tenido la oportunidad de acompañar la evolución de ABB, en sus distintos momentos, desde procesos de reestructuración industrial hasta asumir el rol de Country Manager. Hoy, mi foco está puesto en seguir impulsando el crecimiento de esta área clave, que tiene un rol central en la transformación energética y digital del sector.

- ¿Podrías profundizar en el cambio estratégico que la compañía ha experimentado, especialmente en relación con la tecnología y la digitalización?

-El negocio de Electrification de ABB ha atravesado una transformación estratégica profunda, evolucionando de un enfoque tradicional centrado en productos eléctricos a convertirse en un proveedor de soluciones tecnológicas integradas. Esta evolución incluyó una fuerte apuesta por la innovación tec-

nológica, la digitalización, la sostenibilidad y la inteligencia artificial, así como la modernización del modelo comercial y del ecosistema de distribución. Además, se impulsó un cambio cultural hacia una organización más ágil, orientada al cliente y con foco en la innovación. Hoy, Electrification lidera el camino hacia una electrificación más segura, inteligente y conectada.

- ¿Qué implicó esta reorientación en términos de inversión y desarrollo de productos?

- Implicó una inversión muy significativa en equipamiento mucho más tecnológico, en digitalización y en la adquisición de empresas medianas y pequeñas especializadas en este rubro. Hoy, la mayoría de nuestros productos, incluso los más clásicos como los interruptores de potencia, tienen la capacidad de conexión para sacar información y enviarla a la nube. Con esos datos, podemos hacer análisis de consumo, mantenimientos predictivos y ofrecer diferentes servicios a nuestros clientes. Esta es la esencia de la transformación de ABB en los últimos años, con un fuerte enfoque en lo tecnológico y la digitalización.

- En este nuevo escenario, ¿cómo se posiciona el área de Power Protection, particularmente en Argentina?

- El área de Power Protection ha tenido un crecimiento notable a nivel mundial. Hace unos ocho años, el porcentaje de nuestras ventas en esta área era mínimo, y hoy ya representa dos dígitos de nuestro volumen global, lo cual es muy importante. Este modelo lo estamos desplegando en todos los países. En Argentina, es un negocio relativamente nuevo para nosotros, comenzamos a desarrollarlo hace un par de años. Vemos un potencial inmenso aquí, impulsado por las inversiones que se fueron postergando y un mercado que estuvo un poco cerrado. Nuestras expectativas son muy buenas; seguimos invirtiendo en más estructura y soporte, y aspiramos a que en los próximos años también alcance los dos dígitos de ventas en Argentina.

- ¿Cómo se complementa el negocio de Power Protection con otras áreas de ABB y qué ventaja competitiva les brinda esto?

- El negocio de Electrificación, que lidero, es muy amplio y está compuesto por cuatro divisiones principales con productos y soluciones que se complementan entre sí. Dentro de nuestro negocio Smart Power, el área de Power Protection ocupa un lugar destacado, y sus productos encajan de manera excelente con el resto. Contar con todo bajo la misma área facilita enormemente la búsqueda de soluciones y el trabajo colaborativo. Creo que esta sinergia interna y nuestra capacidad para ofrecer soluciones integrales representan nuestro gran potencial y diferenciador en el mercado.

- Acaban de consolidar su esquema de distribución en Argentina para Power Protection. ¿Podrías mencionarnos a los distribuidores clave que se han sumado?

- Sí, es un paso fundamental. Hemos nombrado a OCRL, Masnet, Free, Microcom y PC ARTS como nuestros distribuidores. Esto nos permite tener una estructura consolidada para salir al mercado y llegar a nuestros canales. Además de estos nuevos socios, mantenemos a nuestros distribuidores eléctricos de larga trayectoria, quienes continúan trabajando con todo nuestro portfolio, incluyendo Power Protection. También seguimos expandiendo nuestro programa de canales certificados, que sigue creciendo. Estamos adaptando nuestra experiencia en el mercado eléctrico a las particularidades del canal IT.

- En un contexto de creciente demanda energética por tecnologías como la IA, ¿cómo ve ABB este panorama?

- Es un tema muy relevante y con un potencial enorme. La inteligencia artificial está renovando la discusión sobre las nuevas necesidades energéticas de los centros de datos, ya que se estima que pueden duplicar el uso de energía. ABB está haciendo un gran uso e implementación de la inteligencia artificial en diversas aplicaciones, desde la evaluación de probabilidad de fallas hasta el mantenimiento predictivo, lo cual está dando buenos resultados. Aunque aún estamos en una etapa inicial en cuanto a la oferta concreta al mercado, internamente destinamos un porcentaje muy alto de nuestros ingresos anuales a la investigación y desarrollo de nuevos productos, incluyendo aplicaciones de IA. El potencial es inmenso y estamos muy enfocados en ello.

CABASE alertó sobre la excesiva carga impositiva en el sector de Internet

En el marco de la celebración del Día Mundial de Internet y el inicio del Internet Day 2025, la Cámara Argentina de Internet (CABASE) lanzó una advertencia sobre la elevada carga tributaria que enfrenta la industria. Según la entidad, esta presión fiscal limita el despliegue de redes y la universalización de la conectividad en el país. La alerta se fundamenta en nuevos datos de un relevamiento realizado por el Centro de Estudios en Finanzas Públicas de la Universidad Nacional de La Plata (CEFIP-UNLP). El informe señala que los servicios de proveedores de conectividad a internet están sujetos al impuesto sobre los ingresos brutos a nivel provincial, con marcadas diferencias de alícuotas entre las jurisdicciones.

Ariel Graizer, Presidente de CABASE.

El promedio de la alícuota de ingresos brutos para servicios de internet a nivel provincial se ubica en el 4,21%. Sin embargo, varios distritos gravan estos servicios con una alícuota superior a la general. Las provincias con la mayor carga impositiva son Chubut, Neuquén, La Rioja y Tucumán, donde la alícuota alcanza el 5,5%. Otras provincias que superan el promedio nacional son Buenos Aires, La Pampa, Santa Fe y Entre Ríos, con una alícuota del 5%. San Luis es la única provincia con una alícuota (4,20%) en línea con la media de los 24 distritos. Por debajo del promedio se encuentran la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y otras provincias con alícuotas entre el 4,00% y el 2,50%.

El estudio de CEFIP-UNLP destaca que el sector de servicios de acceso a internet está afectado por más de 20 tributos y tasas de diversa índole. Esto resulta en una carga tributaria total promedio del 41,5% para la industria, la cual puede variar entre 38,6% y 44,5% según factores como el tamaño de la empresa, el modelo de servicio, la estructura de costos y la localización geográfica.

Ariel Graizer, Presidente de CABASE, manifestó su preocupación por la “creciente presión tributaria, especialmente en materia de ingresos brutos y de tasas municipales”. Afirmó que esto “impacta negativamente en nuestra industria y representan una baja en las inversiones”, sobre todo en “las localidades más aisladas de nuestro país, donde las pymes y cooperativas son los actores centrales para llevar la conectividad a cada punto de la Argentina”. Graizer enfatizó la necesidad de “resolver las asignaturas pendientes” en materia de regulaciones, impuestos y tasas a través de “políticas públicas que nos impulsen en lugar de frenarnos”, considerando que la industria del internet “habilita el desarrollo de los principales mercados verticales e industrias del país”.

Desde la perspectiva académica, Mariela Pistorio, miembro del CEFIP-UNLP, describió el impuesto a los ingresos brutos como “un impuesto malo” desde la eficiencia económica, debido a su “efecto cascada” y “fuerte sesgo anti-exportador”. No obstante, señaló que representa casi el 80% de la recaudación provincial, lo que complica una posible reforma.

Durante la apertura oficial del evento, Héctor Huici, Subsecretario de Simplificación y Desregulación, comentó que Argentina es un país “sobreregulado” y que el gobierno trabaja para “bajar el costo argentino”. Aseguró que existe una “decisión política firme” para “quitar todas las restricciones posibles para quienes quieren producir y dar servicios en Argentina”.

La presentación de estos datos se realizó en el marco del Internet Day 2025, un evento organizado por CABASE bajo el lema “Conectividad en evolución para la economía digital”, que reúne a los principales actores del sector para debatir sobre sus desafíos y promover su crecimiento.

Schneider Electric compartió su estrategia para data centers en la era de la IA

Schneider Electric reunió a clientes y socios de negocios en el evento “AI Ready Data Centers: Preparing for End to End AI DC” en Sofitel La Reserva Cardales, un encuentro que tuvo como objetivo principal explorar la preparación de los centros de datos para la creciente demanda y los desafíos que presenta la inteligencia artificial (IA).

La jornada contó con la participación de destacadas figuras de la compañía. Marta Sánchez, Vicepresidenta de Secure Power de Schneider Electric para la región de Suramérica, dio la bienvenida destacando el propósito del evento: “La idea del día de hoy está basada en ver efectivamente cómo Schneider Electric está preparado para manejar todas las soluciones de centros de datos que nos permitan ser más eficientes, sostenibles y resilientes”.

Noelia Miranday Marta Sánchez.

Sánchez enfatizó el rol crítico de la energía en esta nueva era. “Sabemos que el nombre del juego es energía. Sabemos que la demanda de inteligencia artificial está proyectando a duplicar el consumo de energía que tenemos hoy”. Se proyecta que el consumo de energía mundial de los data centers, que actualmente representa entre el 1.5% y el 2%, se duplique, llegando al 2% o 4% para 2030 con el despliegue de la IA. Respecto a Argentina, la ejecutiva señaló su potencial en energías renovables y la necesidad de aprovechar los regímenes de incentivos para atraer grandes inversiones, actualizando las redes eléctricas y la infraestructura para trabajar con esta inversión futura.

“Argentina tiene energías renovables, lo cual es muy bueno. Tenemos que seguir aprovechando el régimen de incentivos de atracción de grandes inversiones para Argentina, porque claramente estamos en un momento donde podemos seguir trayendo esa inversión”.

Por su parte, Noelia Miranda, Directora de Secure Power de Schneider Electric para Argentina, Paraguay y Uruguay, destacó la presencia del equipo de servicios como un aliado fundamental para la implementación de data centers y la oportunidad de aprovechar el espacio para hablar con los especialistas sobre las novedades en el portfolio, como refrigeración y soluciones trifásicas.

Hernán Neirotti, Regional Manager de Secure Power de Schneider Electric, profundizó en las tendencias actuales de la IA y su impacto. Indicó que, si bien la IA está en una etapa incipiente en Sudamérica y Argentina, está mucho más desarrollada en regiones como Europa, Norteamérica, Medio Oriente y Asia. “Hoy se considera que la digitalización asociada a la inteligencia artificial es la nueva revolución industrial”, dijo, y explicó que esta digitalización y el crecimiento de la IA dependen fuertemente del manejo de datos.

La llegada de la IA presenta desafíos significativos para los responsables de data centers:

- Capacidad de energía: Las aplicaciones de IA, especialmente durante la etapa de uso (inferencia), generan cargas dinámicas y variables que exigen al extremo la capacidad energética del data center.
- Personal capacitado: Existe una falencia a nivel mundial en personal capacitado para manejar data centers con los requerimientos de la IA.
- Incremento de costos: En aplicaciones de colocation, el costo de alquiler de espacios tiende a ser más alto.
- Diseño de data centers: Los nuevos diseños están empezando a pensarse para soportar IA.

Software argentino: más de 6.000 nuevos empleos y exportaciones históricas

La industria del software generó más de 6.000 nuevos empleos en 2024 y alcanzó un máximo histórico en exportaciones por USD 2.674 millones. Estos datos fueron revelados durante el 18° Encuentro Empresarial de la Cámara de la Industria Argentina del Software (CESSI), celebrado en Rosario, junto al Polo Tecnológico local. El evento, que reunió a más de 300 referentes del sector bajo el lema “La inteligencia innovadora como motor de crecimiento”, sirvió como plataforma para presentar el último Reporte del Sector de Software y Servicios Informáticos, elaborado por el Observatorio Permanente de CESSI (OPSSI).

Rogelio Biazzi Solomonoff, Jefe de Gabinete & CTO & Chief Data Officer en la Municipalidad de Rosario; Gustavo Puccini, Ministro de Desarrollo Productivo del Gobierno de Santa Fe; Federico Siri, presidente del Polo Tecnológico Rosario; Maximiliano Pullaro, Gobernador de Santa Fe; Pablo Fiuza, Presidente de CESSI; Marcos Ayerra, Secretario de PyME, Emprendedores y Economía del Conocimiento de la Nación; y Santiago Pordelanne, Subsecretario de Economía del Conocimiento de la Nación

Según el informe, el sector del software ocupa actualmente el segundo lugar en generación de empleo en Argentina, responsable de uno de cada cinco nuevos puestos de trabajo creados este año. Además, representa el 11% del valor total de la economía, consolidando su rol como pilar de la economía del conocimiento.

“El software ya no es futuro: es presente. Estamos escribiendo, desde Argentina, parte del nuevo mundo”, destacó Pablo Fiuza, presidente de CESSI, en su discurso inaugural. Fiuza subrayó también el desafío de liderar la transformación digital a nivel global desde el talento local.

Otro de los puntos interesantes del informe es el salario promedio del sector, que superó los $2,4 millones brutos mensuales a diciembre de 2024, muy por encima del promedio nacional. Incluso los perfiles junior ingresan con sueldos iniciales que rondan los $1,3 millones, con perspectivas de duplicar ese ingreso en un lapso de cuatro años.

En la última década, el software pasó de representar el 1,7% al 2,3% del empleo registrado, consolidando una tendencia de crecimiento constante incluso en contextos económicos adversos.

Con exportaciones récord y Estados Unidos como principal destino (46,9%), seguido por España, México y otros países de América, el software argentino se posiciona como el tercer sector exportador del país. Este desempeño refleja la creciente demanda internacional por servicios digitales desarrollados en Argentina.

Además, el 88% de las empresas del sector adoptan el trabajo remoto, el 72% incrementó sus ventas durante el último año, y el 68% mantuvo sus precios por debajo de la inflación, una señal de eficiencia operativa y compromiso con la competitividad.

El encuentro ofreció espacios de debate sobre inteligencia artificial, transformación del sector financiero, indicadores estratégicos y desafíos de la digitalización. Entre las autoridades presentes se destacó el gobernador de Santa Fe, Maximiliano Pullaro.

Federico Pineda, del Comité Organizador y CEO de ITR, afirmó: “La industria tecnológica argentina demuestra una vez más su capacidad de adaptación y liderazgo”. Por su parte, Alejandra Oniszczuk, directora de Grupo AW Global, enfatizó: “La revolución educativa es ahora. Tenemos la responsabilidad de liderar la gestión del cambio”.

Liderar en movimiento: del desafío a la oportunidad

Escribe

Pablo Suaya

Cofundador de PC Arts Argentina
y creador de Banghó

Liderar una empresa en la Argentina de 2025 es, sin dudas, un gran desafío... pero también una oportunidad.

Todo cambia tan rápido que no hay margen para distraerse. Hay que estar lúcidos con la decisión de avanzar. Porque cuando el contexto se mueve, también se abren las puertas de nuevos negocios.

En Banghó siempre pensamos que los momentos difíciles son los que más definen quiénes somos. Y hoy, en vez de paralizarnos, elegimos reaccionar con inteligencia y entusiasmo.

Siempre que algo cambia, nos juntamos con el equipo de trabajo, abrimos el juego, pensamos entre todos. Ofrecemos y escuchamos ideas, compartimos dudas, pero, sobre todo, buscamos soluciones. Porque cuando las decisiones se toman de forma participativa, el equipo acompaña mucho mejor y la energía humana se potencia.

Con los años, aprendí que pensar no es perder tiempo. Al contrario: es ganar perspectiva. Por eso ahora estamos renovando nuestros productos, sumando nuevas tecnologías y ajustando nuestras estrategias comerciales. Para el segundo semestre estamos preparando una propuesta de productos y precios mucho más atractiva, siempre con la calidad y la garantía que nos caracteriza.

Estamos convencidos de que podemos crecer, y lo vamos a hacer estando cerca de nuestros canales comerciales, pero a la vez bien cerca del cliente final, combinando tecnología y calidez humana.

Este nuevo capítulo que estamos escribiendo no es una respuesta improvisada: es parte de una visión. Confiamos en nuestra capacidad de adaptación y, sobre todo, en la confianza que nos ganamos con los años - son 18 años de Banghó en el mercado. Y es la confianza de quienes eligen Banghó lo que nos mueve todos los días.

Liderar en tiempos de turbulencia no es tener todas las respuestas, sino ser una brújula cuando el mapa ya no alcanza. En Banghó ya pasamos por muchas situaciones con altibajos y supimos adaptarnos. Aprendimos a tener planes A, B y hasta C.

Pero lo que nos mantiene firmes es no haber resignado nunca los valores de la marca, como la calidad y el servicio. Porque sabemos que las relaciones con nuestros usuarios se construyen con presencia y con respaldo de la marca, dejando una experiencia satisfactoria en cada usuario.

Lecciones de una marca que sigue en movimiento

Adaptarse no es sólo una habilidad, es una necesidad. Y liderar no es solo manejar equipos o recursos: es tomar decisiones difíciles, muchas veces con información relativa y en contextos cambiantes.

Con todo eso en mente, el futuro me entusiasma. Es momento de ir por más. Tenemos el conocimiento, los procesos, las personas clave y, sobre todo, las ganas de encarar esta transformación. Porque cuando las reglas cambian, es el mejor momento para innovar.

Las exportaciones de la economía del conocimiento crecieron un 15,5% en 2024

La Economía del Conocimiento argentina alcanzó en 2024 un nuevo hito en su desarrollo y proyección internacional: logró exportaciones por USD 8.927 millones, marcando un crecimiento interanual del 15,5% y consolidándose como el tercer complejo exportador del país. Los datos surgen del informe Argenconomics 2025, elaborado por Argencon, la entidad que nuclea a las principales empresas de servicios basados en el conocimiento en Argentina.

El salto exportador es significativo no solo por el monto alcanzado, sino por el ritmo de crecimiento: en el cuarto trimestre del año pasado las exportaciones aumentaron un 25,4% respecto al mismo período del año anterior, duplicando el promedio de expansión del comercio internacional en el rubro.

Según el informe, la Economía del Conocimiento ya representa el 9,2% del total exportado por el país, reafirmando su papel como uno de los pilares más dinámicos de ingreso de divisas y diversificación productiva. Este posicionamiento se sostiene en la capacidad del sector para generar empleo calificado, atraer inversión extranjera y responder con agilidad a la demanda internacional de servicios de alto valor agregado. Uno de los factores clave detrás de este crecimiento es el aumento de los salarios en dólares, especialmente en áreas de alta demanda como la programación. El informe detalla que los ingresos promedio de los programadores senior crecieron un 45,7% interanual, impulsando también una mejora en la retención de talento. Este fenómeno responde a un contexto global favorable, donde la demanda por soluciones tecnológicas y servicios digitales permitió a las empresas argentinas ajustar precios sin perder competitividad.

“La mejora en los ingresos ayudó a reducir la rotación y trajo una etapa de mayor estabilidad. Esto permite consolidar equipos, elevar la calidad de las soluciones y recuperar procesos de aprendizaje internos que son fundamentales para un crecimiento sostenido”, explicó Luis Galeazzi, Director Ejecutivo Institucional de Argencon.

Pese al panorama positivo, el informe de Argencon advierte que el escenario global presenta nuevos desafíos. Con más países compitiendo por una porción del mercado con costos más bajos, la propuesta argentina deberá apuntar a una mayor especialización, innovación y calidad. “La actualización constante de la propuesta de valor será clave para sostener la competitividad de nuestras exportaciones”, remarcó Galeazzi.

Emprender no es improvisar: por qué la gestión digital importa desde el día uno

Escribe

Blas Briceño

CEO y fundador de Finnegans

Emprender, casi que por definición, es salir de la zona de confort. Implica apostar por una idea, asumir riesgos y enfrentarse a muchos desafíos, sobre todo al principio. También es un camino de mucho aprendizaje: en resolución de problemas, adaptación constante y en cómo avanzar, paso a paso, a pesar de la incertidumbre. Lanzar una startup implica tomar muchas decisiones: qué productos o servicios ofrecer, a qué público apuntar, cómo distribuir el tiempo, cómo y cuánto cobrar, cómo organizar a un equipo, cómo llevar las cuentas, cómo escalar. A todo emprendedor, por ejemplo, le ha tocado hablar en plural como si hubiera un equipo detrás: fue mi caso con Finnegans en los noventa, cuando hablaba de “nosotros” y en realidad estaba yo solo con una solución que en ese momento se comercializaba en disquete.

Y muchas veces, entendiblemente, en esa vorágine cuestiones de gestión quedan en segundo plano. Se llevan como sea: con planillas, cuadernos, herramientas sueltas o hasta quedan cosas en el “disco rígido” de una persona. Eso puede suceder en una primera etapa, pero rápidamente empieza a generar problemas: la información se pierde, se cometen errores, se lleva tiempo de más para tareas repetitivas o se toman decisiones a ciegas.

Los estudios más recientes dicen que en cinco años, no menos del 80% de las startups latinoamericanas van a cerrar. ¿La buena noticia? Las que mayores chances tienen de prosperar son las que usan análisis basado en información de su negocio e implementan una buena gestión. Cuando pensamos en tecnología para la gestión, muchas veces asociamos este concepto a grandes empresas, cuyas estructuras complejas y presupuestos elevados necesitan, por volumen, de la digitalización. Muchas personas que emprenden o tienen una pyme creen que los sistemas de gestión no son para su tipo de negocio, que solo existen soluciones para quienes poseen plantas enormes o un gran plantel de empleados.

La tecnología es una herramienta imprescindible para negocios que están en etapas iniciales o en proceso de crecimiento: justamente, en el momento en que los recursos son limitados y el tiempo escaso, contar con soluciones que ayuden a organizarse mejor y trabajar con más eficiencia puede marcar una diferencia enorme.

En el caso de un local comercial, insights cómo qué se vende más, cuánto stock hay y cómo viene el cash flow puede ser de gran valor. Cuando son servicios, hay que registrar el tiempo y los costos de cada proyecto, emitir facturas y controlar ingresos. Si se trata de una pequeña empresa de distribución, se requiere ordenar compras, ventas, entregas y cuentas corrientes. Al tener todo eso resuelto, los emprendedores pueden concentrarse en lo que mejor saben hacer: desarrollar el producto, atender clientes, encontrar nuevas oportunidades y crecer.

Digitalizar la gestión ya no es un lujo, y menos hoy en espacios como la implementación de software que se simplificó notablemente con la Inteligencia Artificial: existen alternativas para todos los presupuestos y estructuras organizacionales que buscan una forma de ordenar su negocio, ganar claridad y trabajar con eficiencia. No se trata solo de un software, sino de una metodología que ayuda a ordenar el negocio desde el principio, con procesos pensados para ganar eficiencia. La clave está en elegir herramientas que se adapten a cada realidad, que no exijan tener un área de sistemas para usarlas, que sean simples de implementar y aprender. Y las empresas ya perciben esta necesidad. Según el último Sondeo de Adopción Digital elaborado por Movistar Empresas, el 88% de las PyMEs del país tiene la intención de invertir en su digitalización, una valoración que ha experimentado un aumento de 10 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Controlar la gestión, automatizar tareas, tener información en tiempo real y tomar decisiones con datos concretos no es solo una mejora operativa: es una ventaja competitiva. Una oportunidad que las pymes no pueden perder.

Argencon y Digital House lanzaron “IA Argentina”: 35.000 becas para impulsar el talento argentino

Nelson Duboscq, CEO de Digital House, y Victoria Penacca, Project Manager en Argencon.

Argencon y Digital House presentaron “IA Argentina”, el programa de formación en inteligencia artificial “más integral del país”. La iniciativa busca democratizar el acceso a la inteligencia artificial para todos los argentinos y potenciar las capacidades de empleo en línea con las nuevas demandas del mercado laboral.

La presentación oficial del programa se realizó en Digital House y contó con la participación de Nacho Vuotto, Head of Learning Content en Digital House, como host. La agenda del evento incluyó la bienvenida, la presentación sobre la adopción social de la IA por parte de Argencon, la exposición sobre la capacitación federal y sin fronteras por parte de Digital House, la presentación detallada del programa y un debate. Entre los oradores estuvieron Victoria Penacca (Argencon), Nelson Duboscq (Digital House), Luis Galeazzi (Argencon), Sebastián Mocorrea (Argencon), y en el debate sobre “Desmitificando y comprendiendo la IA” participaron Laura Álvarez Modernel (AWS), Alexis Pilone (Consultor) y Alejandro Francolini (Chief Martech Officer). Laura Ullmann, Managing Director de Digital House, también expuso sobre la capacitación federal.

El programa cuenta con el respaldo de empresas líderes como Bagó, EY, AWS y VML, quienes hacen posible esta iniciativa a través de patrocinio y colaboración en la revisión y alineación de contenidos.

El principal objetivo es que más personas puedan incorporar estas habilidades clave para el futuro del trabajo. Según Nelson Duboscq, CEO de Digital House, la meta es construir un ecosistema de aprendizaje inclusivo y dinámico para que cualquier persona pueda formarse en IA con herramientas prácticas y aplicables a su realidad. Por su parte, Sebastián Mocorrea, Presidente de Argencon, destacó que la IA es una oportunidad única para Argentina, no solo para formar talento sino también para desarrollar la infraestructura necesaria para competir a nivel global. Luis Galeazzi, Director Ejecutivo Institucional de Argencon, añadió que el ecosistema de conocimiento argentino es la base para convertir al país en un hub de innovación y un motor para la reactivación económica.

Se otorgarán 35.000 becas gratuitas con el objetivo de ampliar el acceso a la formación y potenciar el talento argentino.

Interoperabilidad entre agentes de IA: presente perfecto para el futuro colaborativo de los negocios

Escribe

Fernanda Pérez

gerente general de
SAP Argentina

La inteligencia artificial ya no es una promesa futura: está transformando en tiempo real la manera en que las empresas trabajan, deciden e innovan. Sin embargo, su verdadero potencial no reside solo en la automatización o en la generación de contenidos, sino en la capacidad de diferentes agentes de IA para interactuar, colaborar e integrarse fluidamente en múltiples sistemas y plataformas. Esa capacidad tiene un nombre: interoperabilidad. Y es la clave del futuro de la gestión organizacional y de los negocios.

Hoy, muchas compañías están implementando agentes de IA para resolver tareas específicas: asistir a clientes, procesar aprobaciones, revisar documentos o brindar respuestas personalizadas. Pero estos agentes, por lo general, funcionan en entornos cerrados. ¿Qué pasaría si pudieran hablar entre ellos, incluso si fueron desarrollados por empresas diferentes? ¿Y si compartieran información con seguridad, coordinaran acciones y aprendieran juntos? Esa es la promesa de la interoperabilidad agéntica.

La colaboración entre SAP y Google Cloud es uno de los ejemplos más relevantes de cómo esta visión se está haciendo realidad. Ambas compañías están impulsando el protocolo Agent-2Agent (A2A), un estándar abierto que permite que agentes de distintos proveedores compartan contexto y trabajen coordinadamente. Este protocolo va más allá de las integraciones tradicionales: sienta las bases para una IA empresarial verdaderamente colaborativa. El futuro es esto: agentes interoperables que resuelven problemas en tiempo real, mejoran la eficiencia y liberan a las personas para que se concentren en tareas estratégicas.

Pero esto no se limita al texto o los datos estructurados. SAP también está integrando capacidades de inteligencia vocal y visual de Google para habilitar una IA multimodal: es decir, que entiende y combina texto, audio, imágenes y video. Así, por ejemplo, una capacitación en video puede ser analizada y segmentada automáticamente, facilitando búsquedas dentro del contenido o recomendaciones personalizadas de aprendizaje. La combinación de inteligencia multimodal y colaboración entre agentes amplía exponencialmente las posibilidades de innovación empresarial.

En este escenario, la interoperabilidad deja de ser una característica técnica para convertirse en un imperativo de negocio. Según McKinsey, el impacto potencial de la IA generativa en la economía mundial podría superar los 4,4 billones de dólares al año, y cerca del 75% de ese valor provendría de áreas como servicio al cliente, ventas, software y operaciones comerciales.

Si bien un informe reciente de la misma consultora señala que 92% de las organizaciones ya están utilizando IA generativa o planean adoptarla en los próximos 12 meses, otro informe de IBM muestra que no todos tienen un enfoque completamente escalado. ¿La razón? Una de las principales barreras es la falta de integración efectiva entre sistemas.

Por eso, la colaboración entre empresas líderes —como SAP y Google Cloud— es vital. No se trata solo de compartir tecnologías, sino de construir estándares comunes, fomentar entornos abiertos y diseñar soluciones que hablen el mismo idioma. La interoperabilidad, como lo demuestra el protocolo A2A, no es simplemente una mejora técnica: es la puerta a un ecosistema de IA donde los agentes cooperan, se potencian y ofrecen un valor real, medible y sostenible a los negocios. En Argentina, Chile, Colombia, Perú, Brasil y México, como en otros muchos mercados de América latina, las empresas ya avanzan en estas líneas de trabajo.

Porque, en definitiva, estamos frente a un cambio de paradigma. El futuro nunca fue de elementos aislados, sino de redes de colaboración. Los agentes están construyendo un mundo de redes inteligentes colaborativas, donde el futuro ya llegó.

Red Hat lanzó Red Hat Enterprise Linux 10, confoco en IA, seguridad y gestión

En el marco del Red Hat Summit, la empresa líder en soluciones open source presentó oficialmente Red Hat Enterprise Linux 10 (RHEL 10), una versión renovada y estratégica de su plataforma insignia que redefine los estándares de seguridad, gestión y preparación para la inteligencia artificial en entornos empresariales híbridos. Con un enfoque claro en enfrentar la creciente complejidad del panorama tecnológico, RHEL 10 no es solo una actualización incremental: se posiciona como una plataforma inteligente, resiliente y robusta para soportar la innovación, proteger los sistemas ante amenazas emergentes y facilitar la integración de cargas de trabajo de IA a escala.

Matt Hicks, Director ejecutivo de Red HaT, en el Red Hat Summit.

“Red Hat Enterprise Linux 10 está diseñado para empoderar a los equipos de TI y desarrolladores empresariales no sólo para gestionar el presente, sino también para proyectar el futuro. Red Hat Enterprise Linux 10 se vale de funciones inteligentes que utilizan la IA generativa, de la gestión unificada de nubes híbridas por medio del modo de imagen y de un enfoque proactivo de la seguridad con criptografía poscuántica para brindar la base sólida e innovadora necesaria para prosperar en la era de la nube híbrida y la IA”, dijo Gunnar Hellekson, vicepresidente y gerente general, Red Hat Enterprise Linux, Red Hat.

Uno de los anuncios más destacados es la incorporación de Red Hat Enterprise Linux Lightspeed, un sistema de gestión potenciado por inteligencia artificial generativa que guía a los administradores de sistemas con asesoramiento contextualizado, buenas prácticas y resolución de problemas, todo accesible desde la línea de comandos.

Además, Red Hat se adelanta a los riesgos de la computación cuántica al integrar criptografía poscuántica conforme con los estándares FIPS, convirtiéndose en la primera distribución empresarial de Linux en ofrecer esta protección nativa. Esto incluye algoritmos resistentes al descifrado cuántico y esquemas de firma avanzados para garantizar la autenticidad del software.

RHEL 10 expande sus capacidades en la nube híbrida con imágenes preconfiguradas y listas para desplegar en AWS, Google Cloud y Microsoft Azure. Esta compatibilidad nativa reduce los tiempos de implementación y simplifica la gestión de entornos distribuidos.

La nueva versión también apuesta por una mayor integración con herramientas de código abierto y arquitecturas emergentes. Destaca la inclusión de Podman Desktop mediante el nuevo repositorio de extensiones, así como el soporte preliminar para la arquitectura RISC-V, en colaboración con SiFive, lo que refuerza el compromiso de Red Hat con la innovación a largo plazo.

El concepto de modo de imagen, introducido en esta versión, revoluciona la forma en que se construyen, despliegan y mantienen los sistemas operativos y las aplicaciones. Esta metodología nativa para contenedores permite unificar el ciclo de vida de TI bajo un mismo flujo de trabajo optimizado, fortaleciendo la coherencia y la eficiencia operativa.

Además, gracias a las recomendaciones inteligentes del constructor de imágenes de Red Hat Insights, los equipos pueden tomar decisiones más acertadas sobre la selección de paquetes durante la fase de compilación, anticipando impactos y mejorando la estabilidad en producción.

Red Hat Enterprise Linux 10 ya se encuentra disponible para todos los clientes a través del Portal de clientes de Red Hat. Los desarrolladores también pueden acceder de forma gratuita a través del programa Red Hat Developer, que ofrece recursos como software, documentación y videos para facilitar la adopción y experimentación con la nueva versión.

UCEMA lanzó su Ingeniería en Inteligencia Artificial, para formar a los líderes del futuro

La Universidad del CEMA (UCEMA) anunció el lanzamiento de su nueva Carrera de Ingeniería en Inteligencia Artificial, diseñada para forjar a los creadores de la IA del mañana. Se trata de una propuesta académica de cinco años, que comenzará a dictarse en marzo de 2026. La carrera se impartirá en modalidad presencial en la flamante sede que la Universidad inaugurará ese mismo año, ubicada en el histórico Edificio Maple, en Suipacha 664, Ciudad de Buenos Aires.

Sergio Pernice, director de la carrera Ingeniería en Inteligencia Artificial de UCEMA.

“La inteligencia artificial es seguramente la tecnología con mayor potencial de crecimiento e impacto en las próximas décadas”, afirmó Sergio Pernice, director de la carrera, físico y MBA.

“Cada día surgen nuevas aplicaciones en sectores tan diversos como la salud, educación, finanzas, manufactura, comercio, logística y administración pública. Esto se traduce en oportunidades laborales crecientes para los graduados, tanto a nivel local como internacional. Nuestros egresados tendrán la capacidad y formación para ocupar roles técnicos de alta especialización, liderar equipos multidisciplinarios, desarrollar startups innovadores, o incluso continuar carreras académicas y científicas en universidades prestigiosas en todo el mundo”, agregó.

El programa se distingue por su enfoque que combina excelencia académica, innovación tecnológica y flexibilidad curricular. Inspirándose en los estándares de prestigiosas universidades internacionales como Stanford y MIT, incorpora metodologías modernas como el uso de contenidos online de instituciones internacionales y clases con modalidad de aula invertida.

Una de las grandes innovaciones de esta iniciativa es la entrega de un título intermedio de “Analista en Inteligencia Artificial” al completar el segundo año, lo que busca facilitar una temprana inserción laboral en un mercado de gran dinamismo.

La estructura curricular es flexible, ofreciendo seis materias optativas y cinco talleres específicos. Esta adaptabilidad, la máxima permitida por la ley de educación argentina, permite a la UCEMA incorporar rápidamente las últimas tecnologías, herramientas y métodos emergentes del campo de la inteligencia artificial.

El plan de estudios está anclado en la práctica. Incluye prácticas profesionales supervisadas con empresas e instituciones del ecosistema tecnológico, así como un Proyecto Final Integrador donde los estudiantes aplicarán técnicas avanzadas de IA a problemas reales, fortaleciendo su experiencia desde el inicio.

Los futuros ingenieros desarrollarán capacidades clave para diseñar, programar e implementar algoritmos complejos, dominando técnicas como aprendizaje automático (machine learning), aprendizaje profundo (deep learning), aprendizaje por refuerzo (reinforcement learning) y optimización. También se profundizará en áreas específicas como el procesamiento de lenguaje natural y visión computacional.

Mendoza quiere equipar a todas sus escuelas con carritos tecnológicos

El Gobierno de Mendoza continúa con la entrega de carritos tecnológicos en diversas escuelas de la provincia. Estas herramientas, que articulan infraestructura tecnológica, formación docente y estrategias pedagógicas, buscan fortalecer los conocimientos de los estudiantes y aportar a una educación más equitativa. El Gobernador Alfredo Cornejo, acompañado por el ministro de Educación, Cultura, Infancias y DGE, Tadeo García Zalazar, y el intendente de Guaymallén, Marcos Calvente, participó de un acto de entrega en la Escuela 1-060 Provincia de Córdoba, ubicada en Bandera de los Andes 2226, Guaymallén.

Cada carro tecnológico entregado está equipado con un espacio para guardar y cargar dispositivos, una notebook destinada al docente, treinta y un netbooks para uso de los estudiantes, un proyector y una pizarra digital.

Cornejo destacó la importancia de incorporar estos elementos tecnológicos en la educación, señalando que “ayudan mucho al docente a hacer su tarea de enseñar y ayuda muchísimo al estudiante en su tarea de aprendizaje”. Cornejo adelantó que la meta es ambiciosa: cubrir el 100 por ciento de las escuelas con estos carritos tecnológicos en dos años, es decir, para el ciclo lectivo 2026. A la par, se busca tener al 100 por ciento de los docentes capacitados en el uso de estas plataformas digitales.

Para lograr este objetivo, se anunció que se enviará a la Legislatura provincial un proyecto de ley para obtener fondos por 75 millones de dólares, los cuales serán invertidos en equipamientos, plataformas, capacitaciones e innovación educativa. Según el Gobernador, ninguna otra provincia cuenta con el 100 por ciento de sus escuelas equipadas con esta plataforma docente, y Mendoza lo logrará con créditos blandos, entre otras herramientas.

El Gobierno tiene previsto entregar 700 carros tecnológicos durante el ciclo lectivo 2025. De esta cantidad, 350 serán distribuidos en el primer semestre y los 350 restantes en el segundo. El ministro García Zalazar explicó que las plataformas se adecuarán a cada nivel educativo, con herramientas tecnológicas y contenidos acordes a cada trayecto escolar para acompañar a los estudiantes. Asimismo, destacó que una evaluación preliminar muestra buenos resultados en el uso de las plataformas por parte de los estudiantes en matemática, lengua y ciencias, resaltando la importancia de las nuevas tecnologías mediadas por los docentes.

Docentes de la Escuela Provincia de Córdoba valoraron positivamente la llegada del carro digital y el trabajo con las plataformas educativas propuestas por la DGE. Marcela Muñoz señaló que “ayuda a desarrollar los saberes y las capacidades en los niños y es un gran aporte para los docentes también”, generando un sentimiento de estímulo en todos.

Esta iniciativa se enmarca en el programa provincial Edutec (Educación Digital y Tecnologías Educativas Conectadas). Además, se creó la Unidad de Innovación e Implementación de Tecnología Educativa, encargada de coordinar proyectos de transformación digital, promoviendo la integración pedagógica de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, el diseño de contenidos digitales y la planificación de capacitaciones docentes.

canal AR