canal AR
www.canal-ar.com.ar
Ed. 08 / Abr.25

UN NUEVO MAINFRAME PARA LA ERA DE LA IA

ENTREVISTA CON RENATA SANTOS,
VICE PRESIDENT ZSTACK LATIN AMERICA LEADER EN IBM

EN ESTA EDICIÓN

¡Bienvenidos a esta octava entrega de la Revista Digital CanalAR! En un entorno que continúa evolucionando, nos complace presentar una edición cargada de análisis, perspectivas y las novedades que marcan el pulso del ecosistema IT argentino.

La Inteligencia Artificial (IA) se reafirma como un motor de transformación omnipresente. Exploramos su impacto desde la infraestructura de hardware, como el nuevo mainframe IBM z17, hasta su integración en soluciones de código abierto con Red Hat OpenShift AI. Analizamos cómo la IA está redefiniendo roles, generando debates sobre la creatividad humana frente a las máquinas, y hasta explorando el terreno de la computación bioneural. También consideramos su rol emergente como mentora profesional y el potencial de la computación cuántica como otra gran tendencia disruptiva para 2025, impulsada por la IA. Además, profundizamos en conceptos innovadores como el Comercio Unificado Sustentable en una entrevista con Diego Gorischnik de E.Tres.

El canal de distribución IT sigue siendo un actor fundamental. En esta edición, destacamos movimientos estratégicos como la incorporación de Poly al portfolio de Elit y la alianza de Intermaco como nuevo distribuidor oficial de Huawei, quien también reconoció a OCRL por su labor. Conocemos iniciativas de mayoristas como Ceven y Polytech para fortalecer vínculos con sus canales y la presentación de soluciones innovadoras como el Kiosco 3nStar K21 por parte de Netpoint Argentina para impulsar la transformación del autoservicio. Eventos clave como el Kick Off de PC ARTS y Lenovo subrayan la importancia de la colaboración y el alineamiento estratégico en el sector. También la fusión de arte y compromiso social en la renovada fachada del mayorista Ceven.

Las inversiones y la confianza en Argentina son temas recurrentes. Mercado Libre anunció una inversión significativa de USD 2.600 millones y la creación de 2.000 empleos en el país para 2025. EY GDS redobla su apuesta por el talento argentino, planeando duplicar su operación en los próximos años. Empresas como ABB ven un “giro muy positivo” en el mercado y buscan desarrollar su negocio fortaleciendo canales.

Abordamos la Economía del Conocimiento, explorando cómo la liberación del “cepo” cambiario reconfigura el mercado del software y analizando la transformación de empresas como Arbusta, que evoluciona de emprendimiento social a “refinería de datos”.

Esta edición es un reflejo del dinamismo y la complejidad del sector, donde la tecnología, el talento y la estrategia se entrelazan para generar nuevas oportunidades. Agradecemos a nuestros lectores, protagonistas del sector y colaboradores por hacer posible cada entrega. ¡Esperamos que disfruten esta nueva edición de la Revista Digital CanalAR!

DARÍO DRUCAROFF

DIRECTOR GENERAL

Más IA,
más demanda.

La nueva Galaxy VXL te da energía sin límites.

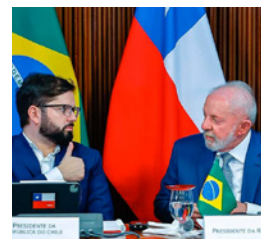
- ✓ Menos consumo, más potencia
- ✓ Escalabilidad sin interrupciones
- ✓ Hasta 52% menos espacio

Life Is On | Schneider Electric

TABLA DE CONTENIDOS

06

Los aranceles de Trump

08

Alianza IA Chile + Brasil

10

14

18

21

Elit incopora a Poly

24

Kick Off PC ARTS Lenovo

26

Intermaco distribuye Huawei

27

Intel Core de 14ª Generación

22

36

28

OCRL reconocido por Huawei

29

La transfor-mación del autoservicio

30

Ceven transformó su fachada

31

Polytech reunió a resellers

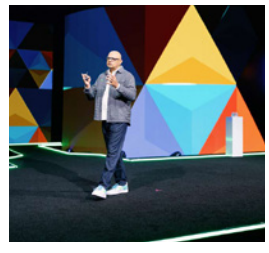
32

OpenShift AI

33

La industria del software sin cepo

34



VeeamON 2025

35

Tu robot tiene meningitis

38

Santex inaugu-ra oficinas

39

La IA, mi mentora

40

Mercado Libre Experience

41

Computación cuántica, la gran tendencia

42

MiradorTEC se presentó en Buenos Aires

43

Diseñadores vs. máquinas

Los nuevos aranceles de Trump impactan en el mercado de PCs en Estados Unidos

Tras un sólido cierre de 2024, el mercado de PCs en Estados Unidos se enfrenta a un panorama de crecimiento moderado en 2025, según datos recientes de Canalys. Si bien las ventas de PCs (excluyendo tabletas) experimentaron un aumento interanual del 6% en el cuarto trimestre de 2024, alcanzando los 17.7 millones de unidades, impulsados por un fuerte rendimiento en el segmento comercial, las perspectivas para el futuro cercano se ven empañadas por la incertidumbre generada por las nuevas políticas comerciales.

Las proyecciones de Canalys indican que el mercado estadounidense de PCs crecerá apenas un 2% tanto en 2025 como en 2026, con volúmenes que rondarán entre los 70 y 72 millones de unidades anuales. Este crecimiento “modesto” se ve significativamente afectado por los “nuevos vientos en contra en forma de aranceles e inflación”. El Presidente Donald Trump ha impuesto nuevos aranceles que afectan directamente a diversas industrias, incluyendo el mercado de PCs. Entre las medidas más significativas se encuentra la reinstauración de un arancel del 25% sobre el acero y el aluminio, así como la aplicación de tarifas del 25% a importaciones de Canadá y México. Estas decisiones han generado preocupaciones en el sector tecnológico, ya que muchas de las piezas clave para la fabricación de computadoras provienen del extranjero.

Como consecuencia, se espera que el crecimiento de las ventas de PCs en EE. UU. se desacelere. Empresas como Apple, Lenovo, Dell y HP podrían verse afectadas por el incremento de costos de producción y distribución, lo que llevaría a precios más altos para los consumidores. Esto podría reducir la demanda de computadoras, impactando tanto a fabricantes como a minoristas. Además, los economistas advierten que estos aranceles podrían generar inflación y afectar otras cadenas de suministro clave, como la automotriz y la agrícola. La incertidumbre económica podría frenar el consumo y la inversión, aumentando el costo de productos básicos y afectando el poder adquisitivo de los estadounidenses.

Según Greg Davis, analista de Canalys, la “guerra comercial en curso del presidente Trump con Canadá, México y China ha tenido rápidas repercusiones negativas en el mercado de valores y ha llevado la previsión de crecimiento del PIB de EE.UU. para el primer trimestre de 2025 a territorio negativo”. Más allá del impacto directo de los aranceles, la naturaleza intermitente de los anuncios y los retrasos han sembrado incertidumbre en torno a los precios de la electrónica de consumo este año.

Si bien la finalización del soporte técnico de Windows 10 en octubre de 2025 está impulsando al segmento comercial a “acelerar las inversiones en la renovación de la flota de PCs”, una tendencia que se espera continúe a lo largo de este año e incluso hasta 2026 dada la cantidad de dispositivos antiguos con Windows 10 aún en uso, este impulso no es suficiente para contrarrestar por completo los efectos negativos de los aranceles.

FINANCIACIÓN

hasta **360** días

PAGANDO CON **CHECKS o ECHECKS**

15%	22.5%	30%
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 con EChecks de terceros.

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

Brasil y Chile establecen una alianza estratégica en Inteligencia Artificial

En una muestra de fortalecimiento de las relaciones bilaterales, Brasil y Chile han firmado un Memorando de Entendimiento (MdE) para establecer una cooperación estratégica en el campo de la Inteligencia Artificial (IA). La firma tuvo lugar el 22 de abril, coincidiendo con el Día de la Amistad entre ambos países, durante la recepción del presidente brasileño Luiz Inácio Lula da Silva al presidente chileno Gabriel Boric en el Palacio del Planalto, en Brasilia.

Gabriel Boric y Luiz Inácio Lula da Silva.

La ministra de Ciencia, Tecnología e Innovación de Brasil, Luciana Santos, y la titular de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación de la República de Chile, Aisen Etcheverry, fueron las encargadas de rubricar este acuerdo. El MdE tiene como objetivo la creación de sistemas de IA que se adapten a las prioridades, circunstancias y particularidades de ambos países. Esto incluye la ambiciosa meta de construir un modelo de lenguaje que considere la inclusión de los diversos idiomas y expresiones culturales de América Latina, promoviendo así modelos de desarrollo a nivel regional.

La ministra Luciana Santos destacó la relevancia de esta colaboración, afirmando: “Esta es una cooperación estratégica entre dos países que tienen compromiso con el desarrollo científico, tecnológico y con la inclusión. El futuro de la inteligencia artificial en nuestra región será construido con diálogo, colaboración y respeto a nuestra identidad”.

El acuerdo también contempla la creación de un entorno regulatorio favorable que impulse la innovación responsable y a la vez proteja la propiedad intelectual, el conocimiento tradicional y la integridad de la información digital. Durante la ceremonia, el presidente Lula enfatizó la necesidad de una “integración con mucha fuerza, con mucha intensidad”.

Además, la colaboración entre Brasil y Chile en materia de IA se extenderá a la realización de proyectos conjuntos que involucren a universidades, centros de investigación, empresas de tecnología y startups. Se fomentará el intercambio de investigadores y estudiantes, así como la promoción de eventos especializados en el área. Un aspecto crucial del acuerdo es el fortalecimiento de infraestructuras de computación de alto desempeño, buscando un acceso compartido a recursos computacionales para el desarrollo de modelos de IA y diversas aplicaciones científicas.

Luciana Santos señaló que, con este memorando, se “sumarán esfuerzos para estructurar un ecosistema de IA robusto, basado en infraestructura compartida y con innovación responsable, además de atender a las necesidades y agregar los valores culturales de América Latina”.

Finalmente, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación brasileño resaltó que la agenda chilena para inteligencia artificial presenta varios puntos de convergencia con la agenda brasileña, especialmente con el Plan Brasileño de Inteligencia Artificial (PBIA). Esta coincidencia de intereses augura una fructífera colaboración en el avance de la inteligencia artificial en la región.

Aisén Etcheverry y Luciana Santos.

NUEVA GFAST CON IA:

Trabajá más rápido, creá sin límites.

N-14U5

intel CORE ULTRA 5

- Disco Sólido **480 GB** SSD M.2
- **14”** IPS **FHD** **Apertura 180°**
- Memoria Ram **16 GB** SO-DIMM DDR5
- Teclado **retroiluminado** +Tecla **Copilot**

Copilot

Windows 11

Gfast www.gfast.com.ar | info@gfast.com.ar

Una marca de ceven

canal AR

UN NUEVO MAINFRAME PARA LA ERA DE LA IA

ENTREVISTA CON RENATA SANTOS,
VICE PRESIDENT ZSTACK LATIN AMERICA LEADER EN IBM

POR DARÍO DRUCAROFF

z17, el nuevo mainframe de IBM diseñado para la era de la IA. Entrevista con Renata Santos

En un evento exclusivo celebrado en Buenos Aires, IBM presentó su más reciente innovación, el servidor IBM z17, un mainframe de última generación diseñado con capacidades de Inteligencia Artificial integradas en hardware, software y operaciones de sistemas. Tras su lanzamiento en Estados Unidos, la compañía congregó a clientes y socios de negocio para dar a conocer en detalle las características de este nuevo sistema que promete revolucionar el procesamiento de datos y la seguridad en la era de la IA. El evento contó con la presencia de Agustín Bellido, Gerente General de IBM Argentina, Chile, Uruguay & Paraguay, y de Renata Santos, Vice President zStack Latin America Leader, quien compartió su visión y entusiasmo por este anuncio.

Renata Santos, con una trayectoria de 27 años en IBM, lidera la estrategia de zStack para Latinoamérica y ha sido una figura clave en la introducción del z17 en la región. Su experiencia, que comenzó en la unidad de IBM en Río de Janeiro y la llevó a San Pablo para establecer un centro de competencia para operaciones de Estados Unidos y Canadá, le ha brindado una perspectiva única sobre las necesidades del mercado latinoamericano y el papel crucial que el mainframe sigue desempeñando en las empresas. En esta entrevista exclusiva, Santos profundiza sobre las innovaciones del nuevo z17 y su impacto en la región.

- Con una carrera tan extensa en IBM, ¿cómo viviste la evolución de la tecnología mainframe y qué representa para vos el lanzamiento del z17?

- He tenido la oportunidad de presenciar transformaciones significativas en IBM, comenzando en áreas administrativas y de operaciones. Sin embargo, fue al acercarme al área de ventas y luego liderar equipos técnicos que realmente entendí el valor central del mainframe para nuestros clientes. El z17 representa la culminación de esa evolución, integrando capacidades de IA en cada capa de la plataforma. Para mí, es un anuncio transformacional porque responde directamente a las demandas actuales del negocio, especialmente en lo que respecta a la seguridad y la eficiencia impulsadas por la IA.

- El z17 se presenta como el primer mainframe totalmente diseñado para la era de la IA. ¿Cuáles son sus características más innovadoras?

- Absolutamente. El z17 se diseñó durante cinco años con la contribución directa de más de 100 clientes. Entre sus innovaciones clave se encuentran: un acelerador de IA en chip de segunda generación (IBM Telum II) que permite un procesamiento significativamente mayor de operaciones de inferencia de IA; la futura disponibilidad del IBM Spyre Accelerator para cargas de trabajo de IA generativa; y la integración de asistentes y agentes de IA como IBM watsonx Code Assistant para Z e IBM watsonx Assistant para Z para mejorar la experiencia del usuario y las operaciones de TI. Además, el nuevo sistema operativo z/OS 3.2 está diseñado para soportar estas capacidades de IA acelerada por hardware. Creemos que estas innovaciones permiten a nuestros clientes llevar la IA directamente a sus datos de forma segura y eficiente.

Nuevo servidor z17.

- La ciberseguridad es una preocupación primordial para muchas empresas. ¿Cómo aborda el z17 estos aspectos críticos?

- La seguridad siempre ha sido un pilar fundamental del mainframe. El z17 amplía estas capacidades con funciones de protección de credenciales a través de IBM Vault (HashiCorp) y seguridad de datos impulsada por IA para descubrir y clasificar información sensible. También ofrecemos IBM Threat Detection for z/OS para identificar anomalías maliciosas. La posibilidad de realizar inferencias de IA dentro de la plataforma, donde residen los datos sensibles, es crucial para muchos clientes que desean mantener la seguridad y el control.

- El mercado está en constante evolución con tendencias como la nube híbrida. ¿Cómo se integra el z17 en este panorama y cuál es tu visión sobre el futuro del mainframe?

- En IBM entendemos que la estrategia predominante es la de nube híbrida. El z17 está diseñado para integrarse de manera fluida y automatizada con entornos de nube híbrida y estándares abiertos. Su papel es ser la plataforma central para cargas de trabajo críticas, permitiendo a los clientes elegir dónde ejecutar sus aplicaciones de manera más adecuada. Con las capacidades de IA y ciberseguridad mejoradas, creemos que el mainframe no solo sigue siendo relevante, sino que experimenta un renacer como una tecnología central en la transformación digital de las empresas.

- ¿Cómo se comercializará el z17, especialmente considerando la importancia del canal de distribución?

- Trabajamos estrechamente con integradores y canales porque reconocemos su papel vital en la modernización de aplicaciones de mainframe. Estamos ofreciendo entrenamientos sobre las nuevas herramientas de IA para que puedan capacitar a sus equipos y colaborar con nosotros en la implementación de estas tecnologías en los clientes. Creemos que una colaboración estrecha entre IBM, los canales y los integradores es fundamental para garantizar una transición exitosa y que los clientes se sientan cómodos con su proceso de modernización.

Agustín Bellido, durante la presentación del z17 en Argentina.

- En una o dos frases, ¿cómo resumirías el nuevo IBM z17?

- El IBM z17 es el producto más innovador para generar una experiencia distinta para usuarios, operadores y administradores de la plataforma, impulsado por la inteligencia artificial en todo su entorno. Es el primer mainframe totalmente diseñado para la era de la inteligencia artificial.

Vista interior del z17.

PC ARTS

Genius

El portafolio más completo en PC ARTS

¡Genius está de nuevo en PC ARTS!

Clásicos y nuevos lanzamientos.

Conseguí en PC ARTS

stock para entrega inmediata

Mouse, teclados, hubs, parlantes, cámaras, stands y todo lo que buscás.

Conocé más, comunicate ya mismo con tu Ejecutivo de Ventas PC ARTS.

canal AR

COMERCIO UNIFICADO SUSTENTABLE

ENTREVISTA CON DIEGO GORISCHNIK, COFUNDADOR Y CEO DE E.TRES

POR DARÍO DRUCAROFF

Comercio unificado sustentable: La visión de Diego Gorischnik, CEO de e.tres

Los límites entre el mundo online y offline se desdibujan, y en este contexto emerge con fuerza el concepto de comercio unificado, una estrategia que integra los distintos canales de venta para ofrecer una experiencia coherente y fluida al consumidor. A la vanguardia de esta transformación se encuentra e.tres, una empresa liderada por su CEO y cofundador, Diego Gorischnik, quien además propone un paso más allá incorporando la sustentabilidad como un pilar fundamental de su propuesta de valor.

A lo largo de esta entrevista con Diego, exploramos los orígenes de e.tres, su visión del comercio unificado que integra incluso a la cadena de distribución, y cómo la compañía ha evolucionado para convertirse en pionera en neutralizar la huella de carbono en la industria del e-commerce. Además, los avances implementados en el campo de la inteligencia artificial, llevando la gestión y optimización del comercio electrónico a un nuevo nivel.

- ¿Cómo surgió la propuesta de e.tres hace ya 15 años?
- e.tres nació con una idea muy innovadora para aquel entonces: unificar todos los canales digitales de venta en una única plataforma. Hablamos de marketplaces, tiendas online propias (B2C), canales (B2B), y lo que llamábamos portales de afinidad para empleados o grupos cerrados. La clave era que nuestros clientes pudieran administrar todos estos canales desde un solo panel de control, con una única conexión a sus sistemas internos como ERP y CRM.

- ¿Cuál fue el diferencial que les permitió destacarse?
- Nuestro gran diferencial, que aún hoy persiste, fue la capacidad de conectar las marcas directamente con el consumidor final a través de sus distribuidores existentes. Nuestra propuesta inicial a las marcas fue no competir con sus canales minoristas, mayoristas y distribuidores, sino integrarlos en su estrategia de venta online. Creamos una plataforma llamada Multiportal que permite controlar precios, stocks en todos los canales, y además involucrar a los distribuidores. Esto evitaba la ruptura con su activo más importante: su red de distribución física. Geolocalizamos los puntos de venta de los distribuidores para ofrecer la mejor opción al cliente, ya sea para la entrega o para que pudieran ver el producto físicamente. Esto nos permitió ganar la confianza de grandes marcas desde el inicio.

- Comercio unificado, ¿cómo se relaciona este concepto con la propuesta Multiportal?
- Inicialmente no existía el término “unificado” como lo conocemos ahora. Nosotros unificábamos los canales de venta online. El concepto de Unify Commerce o comercio unificado surgió después, englobando no solo la unificación de los canales online, sino también la integración con el mundo físico. Nosotros ya estábamos en ese camino con Multiportal al tener el stock geolocalizado de los distribuidores y los puntos de venta a través de nuestra solución e3Kiosk, en asociación con Samsung. El comercio unificado actual elimina la barrera entre lo online y lo offline, viéndolo todo como una única estrategia donde el cliente es único y la oferta debe ser coherente en todos los puntos de contacto.

- A “unificado”, hoy le suman “sustentable”. ¿Por qué esta diferenciación y qué implica para e.tres?
- Para nosotros, la sustentabilidad es un valor fundamental que va más allá de lo ambiental. Implica lograr mayores resultados con menos recursos, ser más eficientes y pensar estratégicamente a largo plazo. A nivel ambiental, esto se traduce en hacernos cargo de nuestra huella de carbono, mitigándola, compensándola y neutralizándola. Hemos desarrollado un producto único que permite convertir cualquier plataforma de e-commerce en carbono neutral de forma instantánea. Medimos todo el proceso de venta online: el almacén, la operación, la tecnología y el envío, y compensamos las emisiones con la compra de bonos verdes certificados. Toda nuestra compañía y nuestros servicios son carbono neutral. Incluso, ofrecemos esta solución a clientes que no son de e.tres a través de APIs o integraciones nativas en las principales plataformas de e-commerce.

- ¿Cómo logran neutralizar el e-commerce de sus clientes, o de cualquier otra plataforma?

- Nuestra aplicación e3Eco toma los datos de emisión de carbono de todo el proceso de cada venta online. A su vez, implementamos un kit de comunicación para que el cliente final valore los beneficios de la compra neutralizada. Además, e3Eco genera una landing page con la información en tiempo real con el total de las emisiones y compensaciones que surgen de las ventas, mostrando equivalencias visuales sobre el impacto, como por ejemplo cantidad de litros de agua potable ahorrados, o árboles salvados. Esto le permite a nuestros clientes tener un reporte de sustentabilidad certificado. También involucramos a nuestros clientes en la elección de los proyectos de bonos verdes que vamos a apoyar, considerando el triple impacto económico, social y ambiental, especialmente si tienen cercanía con sus operaciones.

- Están trabajando en la integración de inteligencia artificial. ¿Cómo cambiará la plataforma de e.tres?

- Estamos viviendo un cambio de paradigma con la inteligencia artificial generativa. Para nosotros es fundamental abrazar esta tecnología para potenciar el negocio de nuestros clientes. Estamos desarrollando agentes inteligentes para nuestros clientes de e-commerce. El primer agente que estamos lanzando ayuda a gestionar y mejorar el negocio de comercio electrónico, aprovechando el histórico de promociones, ventas, información de la competencia, estacionalidad y stock disponible para generar las mejores decisiones. También tiene la capacidad de procesar resultados de campañas digitales y la experiencia de compra de los clientes para optimizar las estrategias.

- ¿Ya hay empresas que están utilizando estos agentes con IA?

- Sí, estamos en una fase beta con muy buenos resultados. Alrededor de la mitad de nuestros clientes ya están integrando la inteligencia artificial. Puedo mencionar algunos ejemplos como Garmin y Casa del Audio. Y nuevos clientes como Novogar ya están avanzados en el entrenamiento del agente dentro de nuestra plataforma. Incluso, en algunos casos, el agente ya contesta consultas de manera más eficiente que nuestros propios colaboradores. El objetivo es que sea un verdadero potenciador del negocio.

- ¿Cómo ves el futuro del comercio unificado y el papel de e.tres en él?

- El futuro es el comercio unificado sustentable, impulsado por tecnologías como la inteligencia artificial. Estamos en un nuevo paradigma donde la tecnología potencia enormemente el negocio de nuestros clientes. El camino de estos 15 años de evolución nos ha posicionado a la vanguardia tecnológica, y seguiremos innovando para ofrecer soluciones que permitan a las empresas no solo vender más, sino hacerlo de manera responsable con el planeta. Hoy lidero e.tres con una visión más madura y ambiciosa: transformar el comercio digital desde su base, integrando propósito, automatización y sustentabilidad como un solo sistema.

Diego Gorischnik junto a Maximiliano Ponton, Director de Operaciones, y Guillermo Stavridis, Gerente de Nuevos Negocios de e.tres

¡REVOLUCIONÁ TU NEGOCIO CON K10 Y K21!

Descubrí la potencia total de los nuevos **K10 y K21**. Equipos robustos listos para cualquier desafío

netpointar @netpointargentina

SO OPCIONAL

3nStar

K10

Intel Celeron **J6412 Quad Core** 2.0GHz

4GB (16 GB Max)

K21 J6412

Intel Celeron **J6412 Quad Core** 2.0GHz

8GB (16 GB Max)

K21 i511

Intel Core **i5-1135G7** 11 ava generación

8GB (32 GB Max)

Nuestros clientes avalan su calidad 3nStar

¡ES MOMENTO DE INNOVAR!

CONECTÁ CON NOSOTROS **¡AHORA!**

Netpoint Argentina | **NETPOINTAR.COM**

canal AR

EY GDS REDOBLA SU APUESTA POR EL TALENTO ARGENTINO

ENTREVISTA CON VERÓNICA ASLA, EY GDS LATAM LEADER

POR DARÍO DRUCAROFF

EY GDS redobla su apuesta por el talento argentino. Entrevista con Verónica Asla

La industria del conocimiento en Argentina recibió un importante impulso con la reciente decisión de EY de expandir significativamente su centro de servicios globales (GDS) en el país. Establecido en Buenos Aires en 2011, el centro ha demostrado ser un pilar estratégico para la firma a nivel mundial. Inicialmente concebido para atender a las firmas miembro en áreas como impuestos y tecnología, EY GDS Argentina experimentó un crecimiento constante, incorporando nuevas líneas de servicio y extendiendo su alcance geográfico. Este nuevo capítulo de expansión consolida a Argentina como un destino clave para la prestación de servicios globales y abre un abanico de oportunidades para el talento local en diversas disciplinas.

La noticia de esta ambiciosa expansión llega en un momento en que Argentina busca fortalecer su posición en la economía del conocimiento. Factores como la calidad del talento humano, el nivel de inglés y la competitividad en costos han sido históricamente puntos fuertes del país. Ahora, con un nuevo proyecto de expandir el alcance y la escala de algunos servicios internos a las firmas miembro de EY, principalmente en Estados Unidos y Europa, la organización se prepara para un crecimiento exponencial. Se espera que el centro duplique sus puestos de trabajo en los próximos 3 a 5 años, alcanzando entre 5.000 y 6.000 profesionales. Para conocer más detalles sobre esta decisión y su impacto, CanalAR conversó en exclusiva con Verónica Asla, EY GDS Latam Leader, quien lideró la instalación del centro en Argentina desde sus inicios.

- ¿Cómo surgió la idea de establecer un centro global de EY en Argentina y cómo fue el proceso inicial que te llevó a liderar esta iniciativa?

- El proyecto comenzó en 2011 con un estudio que analizó varios países de Latinoamérica para la apertura de un centro de servicios para las firmas miembro de EY a nivel mundial, ya existiendo centros en India, China y Polonia. Buenos Aires encantó a los evaluadores, quienes además encontraron un fuerte compromiso por parte de los socios de EY Argentina y recibieron una perspectiva de apertura a estas industrias por parte del entonces jefe de gobierno. Con base en esto, se tomó la decisión y comenzó la búsqueda del líder para la locación, donde mi experiencia en tecnología, mi MBA y mi trayectoria en empresas de tecnología, incluyendo la creación de un centro de servicios para España en Atos, fueron factores clave para mi selección.

- El centro comenzó con un objetivo de 2.000 personas. Hoy son 2.500 y tienen planes de llegar a 5.000 o 6.000. ¿Qué implica este nuevo crecimiento?

- Efectivamente, el proyecto inicial tenía como objetivo alcanzar las 2.000 personas en un plazo de 3 a 5 años, comenzando con servicios de impuestos y tecnología. Tuvimos un crecimiento exponencial, de un 20-30% anual, incorporando nuevos servicios como distintas líneas dentro de Impuestos, Knowledge (hoy Markets), Compras Globales, Program Management y, recientemente, Assurance (auditoría). El año pasado se evaluó la apertura de un tercer centro en Latinoamérica, pero finalmente se decidió apostar por el crecimiento en Argentina. Este nuevo proyecto se enfoca en dar servicios internos a las firmas de EY a nivel mundial. Este crecimiento responde a una tendencia global de nearshoring y distribución del crecimiento, y Argentina, con el nuevo contexto político y económico, se posiciona favorablemente en este mapa. Para diciembre de este año esperamos alcanzar las 3.500 personas, y en un mediano plazo de 3 a 5 años, duplicar la operación llegando a 5.000 o 6.000 empleados.

- Este crecimiento significativo implica desafíos en la gestión. ¿Cómo se están preparando para esta expansión tan rápida?

- Es un “happy problem”, como decimos. Implica un desafío de liderazgo importante. Tenemos que reestructurar varias áreas, fortalecer estructuras internas, delegar más y, en definitiva, crecer todos en nuestros roles. Desde Argentina veníamos pidiendo esta confianza y esta opor-

Verónica Asla, EY GDS Latam Leader, en el Centro Global de Servicios de Buenos Aires.

tunidad de ir por más, y ahora que se nos da, estamos enfocados en estar a la altura de las circunstancias.

- A lo largo de estos años, Argentina ha enfrentado desafíos macroeconómicos. ¿Cómo impactaron estos factores al centro y cómo ven el panorama actual para seguir creciendo?

- Si bien la incertidumbre macroeconómica siempre fue una preocupación, EY planteó desde el inicio una estrategia de largo plazo, buscando construir un pool de talento en esta región, alineado con la zona horaria de Estados Unidos. A pesar de las fluctuaciones del tipo de cambio y la inflación, Argentina se mantuvo competitiva en términos de costos, nivel de inglés y, sobre todo, por la flexibilidad, versatilidad y resiliencia del talento argentino. Si bien recientemente hubo una apreciación del peso que nos volvió coyunturalmente más caros, no hemos perdido negocios y seguimos creciendo. Creemos que esta situación es temporal y no nos encareceremos mucho más.

- Además de tu rol como líder de EY GDS Latam, también tenés una participación activa en la promoción de la industria del conocimiento en Argentina. ¿Cuál es tu visión sobre el potencial del país en este sector?

- Sí, a través de mi rol como vicepresidenta de Argencon canalizo mi pasión por esta industria y por el talento argentino, que considero nuestra materia prima más preciada. Tenemos muchísimo para crecer y aportar al país. Esta industria no solo ingresa divisas, sino que también propone empleo en blanco, con buenos salarios, oportunidades internacionales, inclusión y alcance federal. Es fundamental desarrollar estratégicamente este sector.

- ¿Cuáles consideras que son los principales desafíos que enfrenta hoy el sector de servicios globales en Argentina?

- En mi visión, hay dos desafíos importantes. Uno es el sistema educativo, particularmente el nivel secundario, donde el alto porcentaje de deserción representa un problema a futuro para la disponibilidad de talento. El segundo es la estabilidad económica a largo plazo. Si bien la situación actual parece más estable, el riesgo de que los costos en dólares se eleven demasiado sigue siendo una preocupación.

Elit incorpora Poly a su portfolio y amplía su oferta en soluciones de comunicación

Elit, mayorista de tecnología, suma a su catálogo la reconocida marca Poly, especializada en soluciones de comunicación y colaboración. Con un amplio portfolio de productos diseñados para potenciar el trabajo híbrido, la alianza de Poly con HP ha permitido la creación de una empresa pionera en tecnología, ofreciendo nuevas oportunidades de negocio en un mercado en constante evolución.

Leandro Brizuela, Product Manager de Poly en Elit

Leandro Brizuela, Product Manager de Poly en Elit, comentó que la incorporación de la marca responde a la necesidad de ofrecer productos que optimicen la comunicación y la productividad. “Poly brinda soluciones innovadoras orientadas a la colaboración y el trabajo híbrido, lo que encaja perfectamente con la estrategia de Elit para seguir ofreciendo tecnología de vanguardia”, destacó.

A partir de abril, Elit comenzó a comercializar los primeros auriculares de Poly, incluyendo tanto modelos de entrada como opciones de alta gama. Dentro de esta primera etapa, se destacan las líneas Blackwire y Voyager, reconocidas por su calidad de audio, ergonomía y tecnología avanzada. Además, el mix completo de productos también estará disponible en la web de Elit www.elit.com.ar con información detallada sobre sus especificaciones técnicas para facilitar la mejor elección a los clientes.

Desde la marca, Rodrigo Cetrángolo, Sales Specialist de Poly, resalta que la elección de Elit como partner forma parte de la estrategia global de HP. “Queremos entregar a los usuarios finales y compañías soluciones completas. El portafolio de HP + Poly cubre diversas necesidades dentro del mundo corporativo, desde trabajadores flexibles en home office con headsets, hasta salas de colaboración con sistemas de videoconferencia de última generación”, explicó.

En términos de demanda en el mercado local, Cetrángolo señaló que el principal objetivo es garantizar la mejor experiencia para los trabajadores. “Para lograrlo, debemos contar con un stock sólido y una comunicación efectiva sobre los beneficios de nuestros productos”, añadió.

Los auriculares Poly se diferencian por su avanzada tecnología, que incluye inteligencia artificial para la optimización del sonido, sistemas de gestión innovadores y un portafolio versátil que se adapta a todo tipo de escenarios laborales. Con esta incorporación, Elit refuerza su compromiso de ofrecer productos de alta calidad que potencien la conectividad, la productividad y la experiencia del usuario en entornos corporativos.

canal AR

un GIRO muy POSITIVO

ENTREVISTA CON PIERRE-ALAIN GUBELMANN,

RESPONSABLE DE LA DIVISIÓN POWER PROTECTION DE ABB PARA AMÉRICA LATINA

POR DARÍO DRUCAROFF

ABB Power Protection apuesta por el crecimiento y el servicio en Argentina

Durante su visita a la Argentina, Pierre-Alain Gubelmann, responsable de la división Power Protection de ABB para América Latina, compartió su visión sobre el presente y futuro de la compañía en el país. Con una trayectoria de siete años en su cargo actual, Gubelmann ha recorrido varias regiones del mundo antes de centrarse en América Latina. Su experiencia y conocimiento de ABB le permiten ofrecer una perspectiva detallada sobre la estrategia y los objetivos de la división en el mercado local.

- ¿Cuál es tu visión sobre el mercado en Argentina, considerando los recientes cambios económicos?

- Tras varios años de trabajo con los colegas en toda América Latina, nos dimos cuenta del gran potencial de la región. Argentina siempre fue un país difícil de tratar, y mantuvimos siempre una cierta cautela sobre cuánto invertir. Estoy muy contento de ver que este año las cosas se están volviendo más claras para todos. Estoy muy satisfecho de tener un equipo que ha construido firmemente una posición para nuestros productos. Creo que ahora estamos listos para el negocio real. Por supuesto, nos beneficiamos de la extraordinaria posición de ABB en Argentina, que tiene una historia de más de 100 años. Argentina, para nosotros, hoy dio un giro muy positivo.

- ¿Qué nos puede decir sobre las soluciones y la estrategia de ABB en el sector de protección de energía?

- Puedo decir mucho. Desde el año pasado, el grupo de productos Power Protection decidió tomar un camino más propio, en parte por las diferencias que existen en la forma de hacer negocios respecto de otras áreas. Nuestro enfoque de mercado es particular: para nosotros, lo que realmente marca la diferencia y construye relaciones sostenibles con nuestros clientes es el servicio. Un servicio cercano, confiable y profesional es lo que garantiza la continuidad y la confianza. Por eso, nuestra estrategia global, y en Argentina en particular, pone al servicio en el centro de nuestra propuesta de valor. Necesitábamos adaptar nuestro modelo a esta visión, y eso es exactamente lo que estamos haciendo.

- ¿Identifican mercados verticales clave para la división Power Protection?

- Identificamos segmentos muy interesantes en este momento. Por ejemplo, todo lo que es el sector industrial. También Oil&Gas y otras industrias, donde ABB tiene una reputación muy fuerte. No solo en Argentina, en América Latina, es impresionante ver cómo a lo largo de los años ABB ha construido una imagen y reputación extremadamente sólidas en los segmentos industriales. Otro sector, por supuesto, es el de centros de datos. Se trata de un sector muy delicado, y es un proceso a largo plazo. Tenemos también segmentos como el de Salud, y todo lo que llamamos infraestructura de edificios.

- ¿Cuáles son sus objetivos y expectativas para Argentina en los próximos años?

- Debido a los cambios que hemos experimentado en los últimos 12 meses, Argentina pasó de ser un país donde “veremos cómo desarrollar” a ser un país donde “queremos desarrollar”. Así que estamos realmente en la fase donde necesitamos tomar decisiones casi cada trimestre, dependiendo de la evolución de nuestro negocio. Necesitamos invertir paso a paso, pero rápidamente. Mi objetivo en los próximos dos o tres años es realmente impulsar al equipo para que crezca, y cada vez que crecemos un poco, podemos invertir un poco más. El equipo necesita crecer en ventas, en la difusión de noticias y en la promoción de la tecnología. Desarrollar canales, cuidarlos, impulsarlos. Se trata mucho de ventas, marketing de producto, promoción. Y lo siguiente será el servicio. Ahora nos concentramos realmente en ventas y promoción. Desarrollo de productos, desarrollo de mercado y, finalmente, servicio. El servicio es vital para nosotros. En la evolución, todos llegan al servicio en algún momento. Es un placer estar aquí con un equipo que se fortalece cada día. Tuvimos una evolución interesante en los últimos meses, incorporando gente y a las personas adecuadas. Hoy estamos en donde estamos gracias al equipo.

PC ARTS y Lenovo realizaron su Kick Off junto al canal

En un almuerzo especial celebrado en el Alvear Art Hotel, el mayorista PC ARTS y Lenovo reunieron a sus principales canales de distribución para dar inicio formal a un nuevo año fiscal lleno de expectativas y desafíos. El evento sirvió como plataforma para alinear estrategias, presentar novedades y fortalecer la relación entre las empresas y sus socios de negocio.

La jornada comenzó con las palabras de Ariel Loureyro, Gerente General de PC ARTS, quien destacó la inversión de la empresa en la diversificación, profundidad y continuidad del inventario, y resaltó la activa participación de los canales en los exitosos procesos de preventa. Loureyro enfatizó la inversión de tiempo y esfuerzo de PC ARTS en sus socios estratégicos con la meta de brindarles diferenciales competitivos para captar oportunidades de negocio y acompañarlos en los cambiantes escenarios económicos de Argentina.

A continuación, tomó la palabra Diego Pacheco, Enterprise Business & Operations Director en PC ARTS, quien agradeció la presencia de los canales en un año que calificó como “interesante”. Pacheco señaló que este Kick Off coincide con el año fiscal de Lenovo y marca el inicio de un plan trabajado desde el año anterior, cuya ejecución fundamental recae en los partners y canales. Reconoció la complejidad del entorno mundial y su impacto en el mercado tecnológico argentino. No obstante, resaltó que algunos segmentos de clientes y productos ya muestran signos de recuperación.

Barraza, Gerente Comercial de PC ARTS, también expresó su agradecimiento a los asistentes y a Lenovo por su alianza estratégica, considerándola un pilar fundamental para la estructura de PC ARTS. El ejecutivo anunció un mayor acercamiento al canal a través de una estructura comercial desarrollada en función de las necesidades de cada socio, ya sean integradores o enfocados en lo transaccional. Y prometió una mayor presencia en el mercado y un trabajo conjunto con marketing para generar demanda.

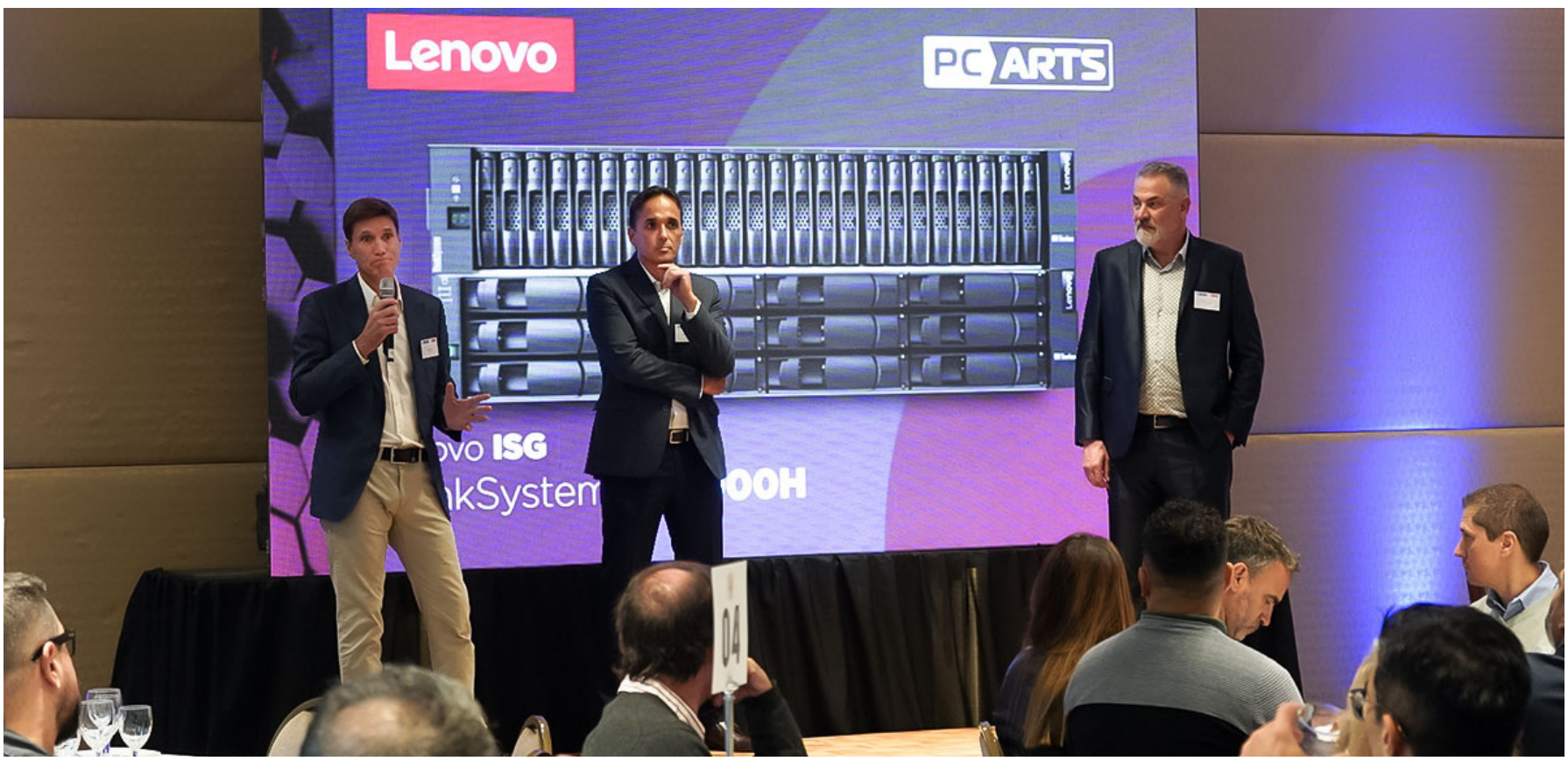
Además, destacó la creación de una estructura para brindar soporte en el desarrollo y especificación de ofertas, buscando que los canales se sientan cómodos al abordar nuevos negocios, incluso aquellos con requeri-

mientos técnicos específicos.

Es en esta misma línea, que el equipo de PC ARTS de One Lenovo se encuentra conformado por el área de negocios de ISG (Infraestructure Solutions Group) con Dante Ríos, Product Manager de Lenovo ISG en PC ARTS, Nicolás Perret, Inside Sales de Lenovo ISG en PC ARTS, Javier Sciacchitano, Preventa Técnica ISG, y Juan Carambat como Product Manager de Lenovo IDG (Intelligent Devices Group). Un equipo de trabajo especialmente diseñado para atender las necesidades de los canales Enterprise.

Por parte de Lenovo, Diego Garcia, Lenovo SMB Sales Manager, también extendió su agradecimiento a PC ARTS y a los canales. Garcia remarcó la necesidad de estar mucho más cerca de los clientes para entender sus necesidades, dejando atrás la época de simplemente despachar productos. Este cambio de enfoque involucra a todo el ecosistema, desde el fabricante hasta el socio de negocio. Garcia resaltó el valor que cada parte agrega a esta relación de socios, donde Lenovo depende de los canales para llegar al cliente final. También explicó la unificación de las diferentes unidades de negocio de Lenovo (Motorola, Data Center, y PCSD) para ofrecer soluciones más potentes, aprovechando sinergias comerciales y unificando el canal de distribución. García destacó que Argentina ha sido exitosa a nivel mundial para Lenovo, siendo número uno en PCs, Motorola y tablets, y número dos en servidores; y subrayó la estrategia de Lenovo de unir su portafolio completo bajo un único paraguas, ya que considera que esto es lo que los clientes necesitan.

Finalmente, Christian Young, General Manager Lenovo ISG para Argentina & Chile, continuó la presentación de Lenovo, ofreciendo datos relevantes del mercado argentino. Young destacó el liderazgo de Lenovo en hiperconvergencia, con un 49% del mercado en el último año y un 66% en el último trimestre, ofreciendo un amplio abanico de soluciones. También resaltó el crecimiento en storage. Y en cuanto a oportunidades, señaló sectores como Oil & Gas, donde Lenovo tiene soluciones diferenciales. Por último, el ejecutivo mencionó una expectativa de crecimiento del 70% en la implementación de inteligencia artificial en Latinoamérica este año, y subrayó la necesidad de un crecimiento rentable a través de soluciones de valor agregado y servicios avanzados.



Intermaco es el nuevo distribuidor oficial de Huawei en Argentina

Mariano Coto; Rocío Alvarez; Thomas Yang, Presidente de Huawei Argentina, Paraguay y Uruguay Enterprise (EBG); y Marcelo Pelayo.

En el marco de su Partner Summit 2025 realizado en Buenos Aires, el encuentro anual con sus socios de negocios, Huawei Argentina anunció al mayorista IT Intermaco como su nuevo distribuidor oficial en el país.

El evento se desarrolló el pasado martes 15 de abril, en el Salón Libertador del Sheraton Hotel, y además sirvió para presentar oficialmente a Binbing Xiao como nuevo presidente del grupo para Argentina, Uruguay y Paraguay.

El Partner Summit, que congregó a más de 300 partners de la industria IT local, tuvo su apertura de la mano de Camila Duhalde, Partner Development de Huawei, quien dio una cálida bienvenida a los asistentes. A lo largo de la jornada entera, se sucedieron diversas charlas y presentaciones a cargo de colaboradores de Huawei, abordando las últimas novedades y estrategias de la compañía.

El anuncio de Intermaco como nuevo distribuidor oficial marca un hito significativo en la estrategia de expansión de Huawei en el mercado local, fortaleciendo su red de distribución a través de la experiencia y alcance de Intermaco.

En representación del staff comercial de Intermaco, participaron del evento Rocío Alvarez, Key Account Manager; Mariano Coto, Jefe de Producto; y Marcelo Pelayo, Director Comercial.

“Estamos muy entusiasmados con esta nueva etapa junto a Huawei. Para Intermaco, representar a esta marca es una gran responsabilidad y una oportunidad para seguir creciendo junto a nuestros canales. Nuestro compromiso es aportar valor desde nuestra experiencia en distribución y estar a la altura de los desafíos del mercado argentino”, dijo a CanalAR Pelayo.

Intel Core de 14ª Generación: la potencia definitiva para gamers y creadores exigentes

Escribe

Rodrigo Texeira

Product Manager en
Air Computers

En el implacable universo del gaming y la creación de contenido, donde cada milisegundo y cada frame cuentan, llegó una fuerza imparable para redefinir los límites del rendimiento: los procesadores Intel Core de 14ª Generación para desktop. Diseñados para aquellos que demandan lo máximo de sus equipos, estos nuevos chips representan un salto cuántico en potencia, eficiencia y capacidades avanzadas. Basados en la vanguardista arquitectura Raptor Lake Refresh, estos procesadores no son una simple actualización, sino una evolución meticulosamente diseñada para ofrecer una experiencia superior. Con configuraciones que alcanzan hasta los 24 núcleos (8 Performance-cores y 16 Efficient-cores), la multitarea fluida y la ejecución de las aplicaciones más demandantes son una realidad palpable.

Pero donde realmente brillan estos procesadores es en su increíble aumento en las frecuencias máximas, llegando hasta los 5.8 GHz gracias al Turbo Boost Max 3.0. Esta velocidad punta se traduce directamente en juegos más fluidos, tiempos de carga ultrarrápidos y la capacidad de ejecutar las tareas más pesadas sin el menor atisbo de ralentización. Además, la tecnología Intel® Thermal Velocity Boost asegura que este rendimiento se mantenga de forma inteligente y estable bajo cualquier condición térmica.

Para los gamers que no se conforman con menos, Intel integró tecnologías clave que marcan una diferencia:

• Intel Thread Director: Esta tecnología optimiza de forma inteligente la distribución de las cargas de trabajo entre los núcleos, asegurando que tus juegos siempre tengan prioridad y mantengan altísimos FPS, incluso mientras realizas streaming o editas videos en segundo plano. La multitarea inteligente es ahora una experiencia impecable.

• Overclocking Mejorado: Para los entusiastas que buscan exprimir hasta la última gota de rendimiento, estos procesadores ofrecen un amplio margen para el overclocking. El soporte para memorias DDR5 de alta velocidad y perfiles XMP 3.0, junto con las mejoras en el desbloqueo de multiplicadores, abren un nuevo mundo de posibilidades para personalizar y potenciar tu sistema al máximo.

• Conectividad de Última Generación: El soporte nativo para PCIe Gen 5.0 duplica el ancho de banda para tarjetas gráficas y almacenamiento NVMe. Esto significa tiempos de carga instantáneos y un rendimiento gráfico sin precedentes, eliminando cuellos de botella que pueda limitar tu experiencia de juego.

Intel no ha descuidado la eficiencia energética, logrando un TDP ajustable que permite a los usuarios elegir la configuración que mejor se adapte a sus necesidades. Sin embargo, para liberar toda la potencia de estos procesadores, la recomendación de utilizar sistemas de refrigeración líquida o disipadores de alto rendimiento es una clara indicación del nivel de poder que albergan.

La gama de modelos destacados habla por sí sola:

• El Intel Core i9-14900K es la elección definitiva para el gaming en 4K y el streaming simultáneo, ofreciendo una frecuencia máxima y una cantidad de núcleos sin igual.

• El Intel Core i7-14700K se posiciona como una opción con una relación rendimiento-precio excepcional, brindando una gran cantidad de núcleos y capacidades avanzadas de overclocking.

• El Intel Core i5-14600K es la puerta de entrada al alto rendimiento de esta generación, una opción accesible que garantiza altos FPS sin comprometer la calidad de la experiencia de juego.

En definitiva, para aquellos que buscan la experiencia de gaming más inmersiva y fluida, la multitarea más eficiente y el rendimiento sin concesiones para la creación de contenido, la familia de procesadores Intel Core de 14ª Generación no deja lugar a dudas: es la elección indiscutible para llevar tu sistema al siguiente nivel. No se trata de una simple mejora, sino de la potencia del futuro, disponible hoy.

OCRL fue reconocido por Huawei durante el Partner Summit 2025

Fabián Romeo, Maximiliano Sanmarco, y Martín Salas, de OCRL, junto a representantes de Huawei Argentina.

Huawei celebró su tradicional Partner Summit en Buenos Aires, reuniendo a más de 400 socios estratégicos bajo el lema “Construyendo un mundo inteligente y totalmente conectado”. El evento presentó los logros de 2024, los desafíos para el presente año y la estrategia de Huawei para continuar impulsando la digitalización en el país. En ese contexto, la compañía distinguió el rol de su distribuidor mayorista OCRL por su apuesta al fortalecimiento de la marca en el mercado argentino. Estas designaciones reflejan el rol crucial que juegan los mayoristas en la estrategia de expansión y distribución de las soluciones de Huawei en el país.

Xiao Binbing, CEO de Huawei Argentina, inauguró el summit destacando que “la digitalización no es sólo tecnología, sino un valor compartido que mejora la vida de las personas”. Subrayó el firme compromiso de la empresa con el desarrollo tecnológico y social de Argentina. Durante su presentación, detalló los avances en diversos sectores, incluyendo la modernización de la infraestructura tecnológica de los principales bancos y la implementación de redes especializadas en industrias cruciales como petróleo, gas y minería. En el plano comercial, el CEO enfatizó una estrategia centrada en el ecosistema de socios, anunciando el lanzamiento de “24 soluciones específicas por escenario y más de 200 productos listos para el mercado”. Además, se presentó el desarrollo de un sistema de soporte digital diseñado para acompañar el crecimiento de los partners.

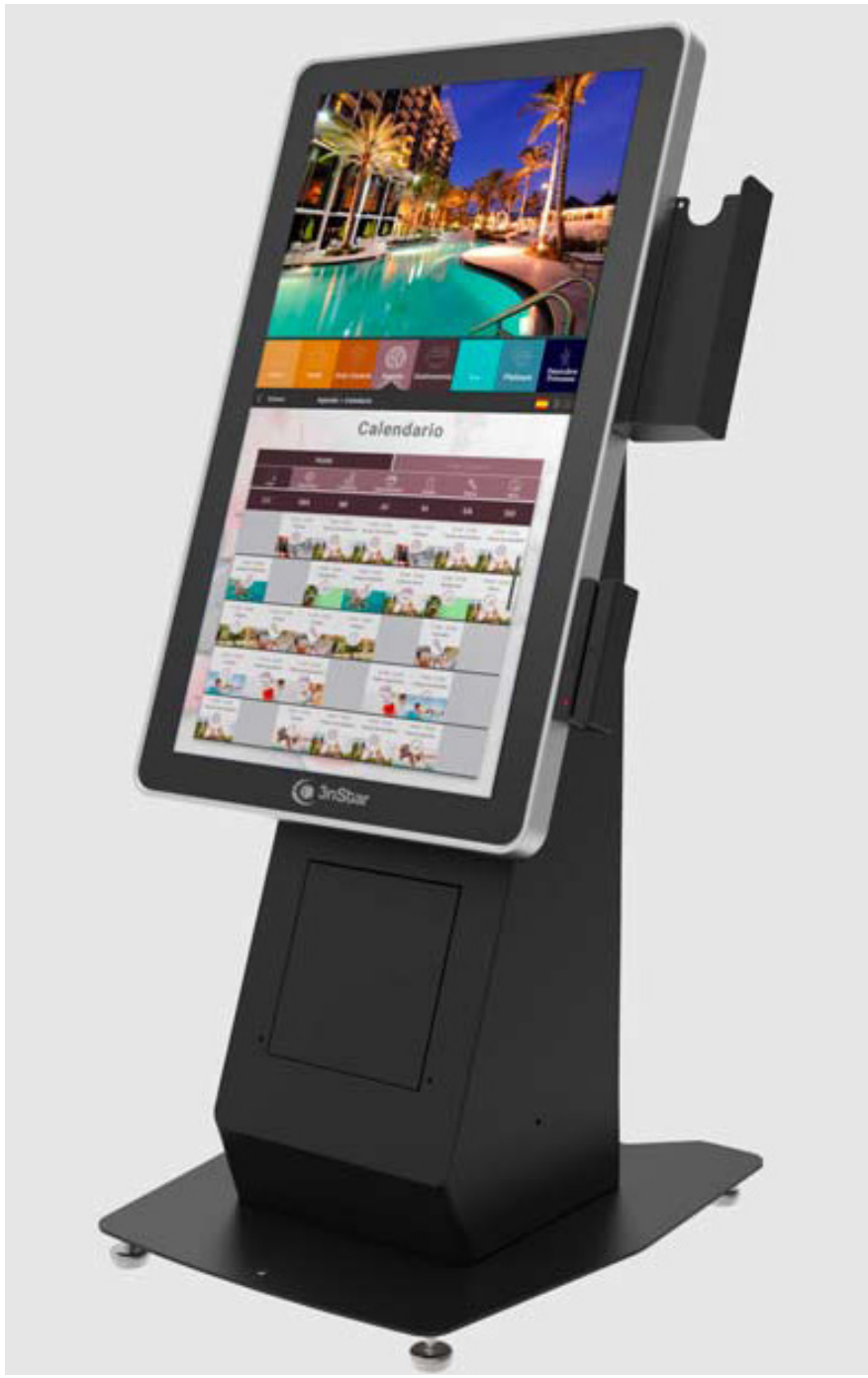
Por otra parte, Juan Bonora, vicepresidente de Huawei Argentina, resaltó la resiliencia de la compañía en un contexto global complejo. Informó que todas las unidades de negocio experimentaron crecimiento durante 2024 y que, por tercer año consecutivo, la inversión en investigación y desarrollo superó el 20% de los ingresos.

Gastón Jackson, vicepresidente de EBG (Enterprise Business Group) Huawei Argentina, destacó la apuesta de la empresa por fortalecer las capacidades comerciales de sus socios y consolidar a eKit como la marca más confiable del mercado. EBG es una de las divisiones principales de Huawei, dedicada a ofrecer soluciones tecnológicas para empresas y gobiernos.

La unidad de Cloud también tuvo un papel central, con Gabriel Rocha, Partner Business Development Manager, asegurando que “la nube ya no es una opción, es la nueva infraestructura crítica del negocio”. Destacó la solidez de Huawei Cloud como plataforma full stack, su baja latencia, el soporte en español 24/7 y la disponibilidad de más de 220 servicios a nivel global, además de su capacidad para escalar soluciones de inteligencia artificial y su nodo local en Argentina.

Netpoint Argentina impulsa la transformación del autoservicio con el Kiosco 3nStar K21

Netpoint Argentina, el mayorista líder en distribución de soluciones para puntos de venta y captura automática de datos, se encuentra impulsando la innovadora línea de kioscos de autoservicio 3nStar, destacando especialmente el modelo K21 como una solución de vanguardia para modernizar la experiencia del cliente en diversos negocios.



El Kiosco 3nStar K21, con su pantalla táctil capacitiva de 21.5 pulgadas, se presenta como una herramienta poderosa para empresarios innovadores que buscan optimizar sus operaciones. Este dispositivo integra un procesador Intel Celeron J6412 de cuatro núcleos a 2.0GHz, 8 GB de RAM (expandible a 32 GB) y un SSD de 240 GB (expandible a 1 TB), ofreciendo un rendimiento robusto para diversas aplicaciones de autoservicio. Además, cuenta con conectividad Wi-Fi de doble banda y Bluetooth 4.0, asegurando una integración fluida con otros sistemas.

Diseñado con un aspecto elegante y una construcción robusta con marcos de acero y componentes de aluminio, el Kiosco 3nStar K21 no solo garantiza durabilidad sino que también mejora la imagen del local. Su versatilidad se evidencia en su adaptabilidad a diversos entornos comerciales, ofreciendo opciones como soporte de piso, escáner de códigos 2D y lector de banda magnética. Adicionalmente, existe la opción de incorporar una impresora térmica de 80 mm para la emisión de tickets o comprobantes.

Netpoint Argentina resalta cómo la adopción del Kiosco 3nStar K21 permite a los negocios optimizar sus operaciones, reducir significativamente los tiempos de espera y ofrecer una experiencia de autoservicio de primer nivel. Al incorporar esta tecnología, las empresas pueden diferenciarse de la competencia y posicionarse como líderes en innovación dentro de su sector. Además, el Kiosco 3nStar K21 es compatible con sistemas operativos Windows y Linux, lo que proporciona flexibilidad a los usuarios al momento de elegir la plataforma que mejor se adapte a sus necesidades.

Con el impulso de Netpoint Argentina, el Kiosco 3nStar K21 se perfila como un aliado tecnológico fundamental para el éxito empresarial, marcando el camino hacia el futuro del autoservicio interactivo en el país. Este mayorista IT busca facilitar el acceso a esta solución de vanguardia para que los negocios puedan transformar la atención al cliente y optimizar su funcionamiento de manera eficiente.

Ceven transformó su fachada con arte y compromiso social en el Mes de la Tierra

El mayorista IT Ceven llevó adelante una iniciativa que fusiona el arte urbano, la responsabilidad social y el compromiso ambiental. En coordinación con la Comuna 4 de la Ciudad de Buenos Aires, la empresa inauguró ayer un gran mural en la pared de sus instalaciones, visible desde la calle Los Patos, compuesto por cuatro obras de arte creadas por los artistas muralistas Diego Monfroglio, Maximiliano Zudaire, Florencia Ojanguren y Guadalupe de Achaval, y Daniela Montesano. Esta acción se enmarcó dentro del Programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Ceven y se celebra en el Mes de la Tierra.

La inauguración del mural contó con la presencia de los protagonistas y colaboradores del proyecto, así como funcionarios de la comuna, staff de Ceven, artistas, periodistas y vecinos. Gustavo Mendoza, Responsable de Comunicaciones Institucionales de Ceven, destacó la importancia de la iniciativa, señalando que nació del deseo de regalarle arte y una vitrina a la comunidad a través del talento de estos cinco artistas. Para Ceven, este proyecto es parte de su visión de ser un mayorista que trasciende y se apropia del barrio, buscando que los vecinos lo sientan como propio. La empresa se ve a sí misma más como una “casa” donde se convive, se trabaja y también se transmite arte y amor a través de cada pincelada, explicó Mendoza.

La iniciativa de Ceven va más allá del embellecimiento urbano; tiene un fuerte componente de concientización ambiental. Al enmarcarse en el Mes de la Tierra, la obra busca ser un llamado a la reflexión y una forma de educar en valores ambientales a través del arte. Como parte de este compromiso, también se llevó a cabo la siembra de un árbol de jacarandá (hoy es el Día del Árbol), una especie nativa del país, con la colaboración del equipo de la Comuna 4.

El proyecto fue posible gracias a la colaboración de diversos actores. La Comuna 4 fue un socio fundamental, con Maximiliano Fuego y su equipo creyendo en el proyecto desde el principio. Ceven agradeció también el apoyo de las marcas HP, Brother, Argomtech y Gfast por sumarse al programa de RSE. El equipo interno de Ceven también fue reconocido por su disposición a ayudar y colaborar con los artistas.

El evento cerró con unos tangos a cargo de Noelia Colimbini (canto) y Nicolas Wells (guitarra), junto con un cuerpo de baile perteneciente al grupo Milonga de las Ranas.

Polytech reunió a resellers y marcas en un after office a puro networking y adrenalina

El distribuidor mayorista IT Polytech organizó un exclusivo after office en IronDriver Experience, un lugar único y temático en simulación premium, en el que reunió a resellers, parte de su equipo comercial y representantes de distintas marcas, para disfrutar de una jornada de networking, entretenimiento y competencia.

El encuentro tuvo como actividad principal un torneo de simuladores de manejo, en el que participaron todos los asistentes. Luego de varias rondas cargadas de emoción y velocidad, el podio quedó conformado por:

- 1° puesto: Leandro Zoppi, de Quintana Duce María
- 2° puesto: Mariano Guggiana, de Gamer Factory SRL
- 3° puesto: David Damian Abas, de Gaming Point

Además, representantes de las marcas se sumaron al evento, como Jesica Weremczuk de Gigabyte, y Marcela Franco de Seagate, quienes compartieron la jornada con clientes y aliados estratégicos.

Ana Linda Monroy, Gerente de Marketing de Polytech, destacó el valor de este tipo de acciones: “Fue una experiencia fantástica, no solo para reforzar vínculos comerciales, sino también para disfrutar en un entorno distendido. Desde Polytech creemos en la importancia de construir relaciones sólidas basadas en la confianza y la cercanía”. En esa misma línea, agregó: “Compartir momentos como este nos permite conocer mejor las necesidades de nuestros clientes y fortalecer los lazos con las marcas que confiaron en nosotros para llevar sus soluciones al mercado”.

El evento fue un reflejo del compromiso de Polytech por impulsar la colaboración y generar espacios de encuentro donde el trabajo en equipo y la diversión sean protagonistas.

Red Hat impulsa el futuro del código abierto con OpenShift AI en Argentina

Con una fuerte apuesta por la inteligencia artificial y la virtualización, Red Hat reafirmó su liderazgo en soluciones de código abierto durante la octava edición del OpenShift Commons Gathering, celebrada en La Rural de Palermo. El evento reunió a más de 600 profesionales, tanto de forma presencial como virtual, y sirvió como plataforma para presentar innovaciones tecnológicas, casos de éxito y una visión estratégica sobre la transformación digital en la región.

Durante la jornada, Santiago Sinelnicof, especialista de OpenShift para Argentina y anfitrión del encuentro, destacó la vigencia y evolución del modelo open source: “El código abierto continúa siendo el camino más sólido para la innovación en las organizaciones. Mientras sigamos apostando por este modelo colaborativo, su vigencia está garantizada”.

La agenda del evento estuvo marcada por presentaciones de organizaciones líderes que compartieron experiencias concretas en el uso de Red Hat OpenShift y su integración con tecnologías como Kubernetes y herramientas de virtualización. Casos como los de ExxonMobil, Arsat, Banco Ciudad y Movistar, entre otros, reflejaron cómo las empresas están utilizando la inteligencia artificial para escalar, optimizar procesos y transformar sus servicios.

ExxonMobil detalló cómo logró migrar hacia un clúster principal de OpenShift, a pesar de haber comenzado su proyecto con una versión próxima a quedar obsoleta. Por su parte, Arsat relató cómo la integración de IA en su nube pública basada en CloudStack permitió reducir errores operativos y evolucionar hacia una cultura organizacional más eficiente. En el sector público, la Subsecretaría de Gobierno Digital de la Provincia de Buenos Aires presentó una estrategia de modernización basada en soberanía tecnológica, redes propias y servicios estatales autogestionados.

Sin cepo: así se reconfigura el mercado del software en Argentina

Escribe

Sergio Candelo

COO de Snoop Consulting

La liberación del cepo cambiario marca un punto de inflexión histórico para la industria del software argentina. Durante años las restricciones distorsionaron la competitividad de un sector que, por naturaleza, opera en un entorno virtual donde las fronteras físicas y los impuestos territoriales pierden relevancia. El avance hacia un tipo de cambio unificado y transparente no solo restaura la normalidad necesaria para exportar servicios eficientemente, sino que también abre la puerta para recuperar el talento que emigró ante las limitaciones del sistema anterior.

La economía del conocimiento ha demostrado su potencial con creces, generando más de 9 mil millones de dólares en exportaciones anuales, con cientos de empresas nacionales compitiendo globalmente. Sin embargo, la brecha entre el dólar oficial y el paralelo obligó a muchas compañías a establecer filiales en el exterior simplemente para sobrevivir, provocando una innecesaria fuga de divisas y valor agregado. Esta normalización representa una oportunidad para diseñar una estrategia integral que incentive a las empresas a operar desde Argentina.

Para consolidar este cambio, resulta imperativo abordar la problemática de los impuestos distorsivos que afectan al sector. Cargas como el Impuesto al Cheque a nivel nacional y los Ingresos Brutos provinciales erosionan la competitividad de nuestras empresas. Su eliminación o reducción permitiría operar con mayor eficiencia, invertir en innovación y talento, y competir en igualdad de condiciones con empresas de otros países.
La reactivación exportadora impactará directamente en el ingreso de divisas y en la generación de empleo de calidad. El sector tecnológico ofrece salarios superiores a la media nacional, incluso para perfiles junior que superan ampliamente el umbral de pobreza, mientras que un desarrollador experimentado puede alcanzar ingresos equivalentes a múltiples canastas básicas. Esto convierte al software en un verdadero motor de movilidad social ascendente. Adicionalmente, la naturaleza remota del trabajo permite que el talento permanezca en su lugar, fortaleciendo las economías regionales.

En 2024, los salarios en dólares comenzaron a alinearse con los valores internacionales, planteando un nuevo desafío: ya no basta competir por precio, sino por calidad, especialización y capacidad innovadora. Las empresas deberán destacarse por el valor agregado, lo que exige formar talento con mayor profundidad y compromiso. Debemos desalentar discursos simplistas que prometen grandes remuneraciones tras cursos breves, cuando el mercado demanda una preparación seria y sostenida.

Este es el momento ideal para federalizar el talento argentino. Contamos con una robusta red de universidades, clústeres y polos tecnológicos. Ciudades como Mar del Plata, Tandil, Córdoba, Tucumán y Mendoza ya albergan importantes concentraciones de empresas tecnológicas, a las que se suman más de 40 polos emergentes en diversas localidades.
La industria del software no requiere grandes urbes para prosperar: puede desarrollarse desde cualquier punto del país con conectividad adecuada.

Argentina tiene hoy la oportunidad de consolidarse como un hub regional de tecnología y servicios digitales. Poseemos talento, creatividad, experiencia y un ecosistema emprendedor que ha demostrado ser resiliente y competitivo. Lo que necesitamos es un entorno económico estable que no castigue el esfuerzo productivo ni incentive la emigración de empresas y profesionales. La industria del software puede constituir un pilar fundamental en la reconstrucción económica del país, siempre que se le proporcionen las herramientas adecuadas para desplegar todo su potencial.

En definitiva, la salida del cepo trasciende lo meramente económico: representa una señal política que puede marcar un antes y un después. Si se complementa con una agenda que promueva la formación de talento, la inversión en innovación y la simplificación regulatoria, podremos transformar esta coyuntura en un verdadero salto estructural. La industria del software ya ha demostrado su capacidad; ahora es momento de apostar decididamente por ella, no solo para generar divisas, sino para construir futuro.

VeeamON 2025: “La mayoría de las empresas están operando a ciegas”

Anand Eswaran, CEO de Veeam, durante el VeeamON 2025.

En el marco de su evento anual VeeamON 2025, Veeam Software presentó una serie de innovaciones estratégicas diseñadas para ayudar a las organizaciones a cerrar la brecha entre la percepción y la realidad en su capacidad de recuperación, al tiempo que aprovechan el poder de la inteligencia artificial y fortalecen su postura de seguridad frente a las crecientes amenazas cibernéticas.

Uno de los anuncios más destacados fue el lanzamiento del Data Resilience Maturity Model (DRMM) de Veeam. Este nuevo marco estratégico tiene como objetivo permitir a las organizaciones evaluar objetivamente su verdadera postura de resiliencia y tomar medidas decisivas para asegurar que sus datos estén protegidos contra ciberataques e interrupciones.

La investigación conjunta de Veeam y McKinsey reveló una alarmante desconexión: mientras que el 30% de los CIOs creen que su resiliencia de datos está por encima del promedio, menos del 10% realmente lo está. Esta discrepancia puede tener consecuencias significativas, considerando que el tiempo de inactividad de TI cuesta a las empresas del Global 2000 más de USD 400 mil millones anualmente.

Anand Eswaran, CEO de Veeam, enfatizó la urgencia de esta situación: “La Resiliencia de Datos es crítica para la supervivencia—y la mayoría de las empresas están operando a ciegas”. Añadió que el DRMM es “más que solo un modelo; es una llamada de atención que equipa a los líderes con las herramientas y conocimientos necesarios para transformar el pensamiento ilusorio en resiliencia radical y accionable”. El DRMM busca alinear personas, procesos y capacidades técnicas con la estrategia general de datos de una organización, ayudando a minimizar la exposición al riesgo y permitiendo el enfoque en objetivos críticos.

La investigación del DRMM también arrojó luz sobre la disparidad en los niveles de madurez, con un 74% de las organizaciones operando en los dos niveles más bajos (Básico e Intermedio). En contraste, las organizaciones en el nivel más alto (“Mejor en su Clase”) se recuperan de las interrupciones siete veces más rápido, experimentan tres veces menos tiempo de inactividad y sufren cuatro veces menos pérdida de datos. Eswaran remarcó la importancia de la resiliencia de datos para la continuidad del negocio: “La resiliencia de datos no se trata solo de proteger datos, se trata de proteger todo el negocio”.

Señora, su robot tiene meningitis

Escribe

Sergio Rentero

Tecnólogo, fundador y director ejecutivo de iurika-symbiotics

Hay un episodio de *Star Trek: Voyager* en el que la nave más moderna de la Flota Estelar empieza a fallar. Pero no por un agujero negro o un ataque enemigo, sino por… un queso. Literal. Neelix, el cocinero de la nave, decide hacer queso artesanal. Un experimento inocente, como todo lo que arranca con la frase «¿y si hago queso en el espacio?», que libera una bacteria que se mete en los paquetes bio-neurales de la nave. Y ahí se va todo al demonio. La nave empieza a fallar porque su sistema de inteligencia —orgánico, con neuronas reales— se enferma. Literalmente. No es una metáfora. Es ciencia ficción. O lo era, hasta que, casi treinta años después, la ciencia ficción volvió a empujarnos al espejo.

Porque en 2025, eso que parecía un chiste trekkie se está convirtiendo en parte del presente. En serio: hay empresas —con logos, rondas de inversión y oficinas llenas de gente— que están usando neuronas reales para construir inteligencia artificial. No «como si fueran» redes neuronales. No. Neuronas vivas en placas de Petri. Una de las más conocidas es Cortical Labs, con base en Melbourne, que está creando sistemas híbridos llamados DishBrain, donde células cerebrales humanas o de ratón son cultivadas en una placa y conectadas a una interfaz digital. En 2022, lograron que ese cerebro semi-orgánico aprendiera a jugar al Pong. En serio. Como un bebé de silicio y carne, rebotando pelotitas virtuales mientras reorganiza sus sinapsis. Otra es Koniku, fundada por Oshiorenoya Agabi, que desarrolla neuroprocesadores —chips que contienen neuronas vivas capaces de detectar olores, aprender patrones o responder de forma más eficiente que cualquier sistema tradicional.

Todo esto tiene una razón: las neuronas consumen poquísima energía. Mientras un modelo como GPT-4 necesita servidores del tamaño de un shopping, una neurona viva gasta muchísimo menos que una red artificial entrenada durante horas en una GPU que parece una tostadora nuclear. Una neurona puede hacer millones de conexiones con lo que gasta una luciérnaga. Por eso volvemos a lo natural, a lo que ya funcionaba. Si algo salió bien una vez —el cerebro humano, más o menos—, ¿por qué no copiarlo? Una IA de bajo consumo, con cerebro real. Un Frankenstein digital con hardware mojado. Pero lo orgánico no solo piensa: también fermenta. Y se enferma. Puede tener virus, bacterias, tumores, locura, depresión, alucinaciones.

Ahí aparece la imagen que me persigue desde que vi aquel capítulo: una madre del futuro, entrando en una sala blanca, iluminada con LEDs suaves, y el doctor artificial le dice, con tono grave:
—Señora… su robot tiene meningitis.
—¿Cómo que meningitis?
—Sí. El chip neuronal presentó inflamación por una cepa interestelar de pseudomonas.
—Pero si solo era un asistente de cocina.
—Ahora no recuerda cómo se hace arroz.

Así vamos. Dos pasos hacia el futuro con la energía de una startup, y uno para atrás con la lógica de un bicho. Lo mismo pasó con los libros electrónicos: tardamos décadas en llegar al «futuro del libro» y, cuando lo tuvimos, le pusimos una animación para pasar la página. En una pantalla. Donde no hay páginas. No reinventamos la lectura, solo copiamos el gesto para no asustarnos. Inventamos una revolución sin cambiar el movimiento. Hacemos lo mismo con la inteligencia: en vez de diseñar algo nuevo, le ponemos neuronas reales. Como si el alma viniera en el combo. Suena futurista, pero es tan futuro como atarse los zapatos con una app. Y la verdad es que no tenemos idea de lo que estamos haciendo. Nadie te asegura que un día no se depriman, o empiecen a alucinar, o desarrollen un trauma de entrenamiento. Y entonces, tu dron no despega porque está recordando una infancia que nunca tuvo. O tu IA de atención al cliente se queda muda porque se convenció de que el tiempo no existe.

Tal vez, como en *Voyager*, llena de tecnología del siglo XXIV, no nos caigamos por un error de código, sino por una partícula de moho. Por un resabio de queso. Por el pasado que insistimos en injertar dentro del futuro. Y cuando eso pase, cuando nuestra red neuronal viva empiece a hablar sola, a ver cosas, a tener fiebre, tal vez digamos:
—Ay, señora… el robot tiene algo raro en la mirada.

Y lo único que podamos hacer sea darle descanso, y rezar que no sea contagioso.

canal AR

DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL A REFINERÍA DE DATOS

CLEMENCIA NICHOLSON, CEO DE ARBUSTA

Arbusta: de emprendimiento social a refinería de datos

Desde su nacimiento en 2015, Arbusta ha experimentado una evolución, transformándose de un emprendimiento social con foco en las personas a un socio tecnológico clave en la gestión de datos y la aplicación de inteligencia artificial para grandes empresas en América Latina. Su trayectoria, marcada por la adaptación y una visión clara del valor de los datos, la ha posicionado como una "refinería de datos".

Los primeros años de Arbusta estuvieron signados por la experimentación y la exploración de diversas áreas de servicio. Como recuerda Clemencia Nicholson, CEO de Arbusta, "hoy somos otra empresa. Los primeros años fueron de mucha experimentación: dábamos capacitaciones, teníamos nodos en distintos barrios para reclutar talento, ofrecíamos servicios como QA, gestión de contenido, entre otros". Este período de aprendizaje continuo permitió a la empresa identificar los tipos de proyectos que mejor encajaban con su equipo y donde podían crecer de manera eficiente y rentable.

Un punto de inflexión crucial llegó a partir de 2020, especialmente con la pandemia, cuando Arbusta definió sus verticales clave: gestión de datos (Data) y externalización de procesos (BPO). "Entendimos que nuestro foco debía estar en ofrecer soluciones de calidad de datos, herramientas eficaces, con el respaldo de equipos talentosos", explica Nicholson.

Esta reorientación estratégica impulsó la evolución hacia una oferta de servicios más estructurada y enfocada en soluciones. Según Martín Senderey, COO de Arbusta, "Arbusta nació con una propuesta de valor muy centrada en el insumo: las personas. Con el tiempo, el enfoque fue evolucionando hacia la idea de soluciones, de servicios, de productos que se desarrollan a través de un insumo clave, que son justamente las personas. En este marco definimos una nueva suite de productos que busca ordenar y enmarcar servicios que ya veníamos ofreciendo de forma orgánica, como data notation, data entry, health test, entre otros. Estos servicios existían, aunque no estuvieran articulados dentro de una matriz clara".

Actualmente, Arbusta se encuentra en una fase de incorporación de nuevas tecnologías, automatizaciones e inteligencia artificial a sus servicios tradicionales. Pablo Mlynkiewicz, CTO, añade: "Estamos en fase de exploración, proyección e inversión para evolucionar nuestra propuesta de valor para nuestros clientes incorporando nuevas tecnologías, automatizaciones e inteligencia artificial a nuestros servicios tradicionales". Esta apuesta por la innovación se refleja en su nueva matriz de productos, diseñada para traducir procesos manuales en soluciones tecnológicas escalables.

La visión de Arbusta va más allá de la simple recolección de datos. Mlynkiewicz lo explica claramente: "Hay una suposición clave que nos guía. Desde hace tiempo se habla del valor de la información, del big data. Pero rara vez se abordaba qué hacer después con esos datos. Nosotros intervenimos para transformar todo ese caudal de datos que ya genera, pero que no sabe procesar ni aprovechar". Esta perspectiva subraya la importancia de la gestión y el análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas de las empresas, especialmente en un contexto donde la IA y el análisis de datos son cada vez más relevantes.

El impacto de Arbusta se evidencia en casos de éxito con empresas líderes como Mercado Libre y Kavak. En el caso de Mercado Libre, Arbusta contribuyó a triplicar la detección de irregularidades mediante el etiquetado manual de imágenes y textos para entrenar algoritmos de IA. Por otra parte, con Kavak, Arbusta automatizó el 70 por ciento de los procesos de gestión de datos automotrices, acelerando la integración de la información y enriqueciendo el catálogo de los vehículos disponibles.

Con sedes en Buenos Aires, Medellín y Rosario, y el respaldo de fondos de inversión, Arbusta proyecta triplicar sus operaciones en el próximo período, consolidándose como un referente en la gestión de datos para la toma de decisiones y la aplicación de inteligencia artificial en el mercado latinoamericano.

Santex inaugura oficinas sustentables en Buenos Aires

Walter Abrigo, Director General de Santex, y Juan Santiago, CEO de Santex.

La empresa tecnológica Santex inauguró sus nuevas oficinas en el corazón del barrio porteño de Palermo, marcando un paso clave en su consolidación regional. El nuevo espacio, ubicado en los pisos 3 y 4 de un moderno edificio , demandó una inversión de 2,5 millones de dólares y se suma a sus sedes en Córdoba, Lima, Miami y la casa matriz en San Diego, California. Con 640 metros cuadrados distribuidos en dos niveles, las oficinas se destacan por un diseño contemporáneo y biofílico que prioriza la creatividad, el bienestar de las personas y la conexión con el entorno local.

“Estamos felices de contar con nuestro espacio propio en Buenos Aires, un hub estratégico para conectarnos de forma dinámica con el ecosistema tecnológico local, colaboradores, amigos, referentes”, expresó Juan Santiago, CEO y fundador.

El tercer piso, concebido como un multiespacio versátil, incluye un auditorio inteligente y flexible, una cocina con barra gastronómica, una sala de streaming para creadores de contenido, un área de guardería, además de puestos de trabajo y una amplia sala de reuniones. El cuarto piso está dedicado exclusivamente a espacios de trabajo abiertos y colaborativos.

La arquitectura, basada en líneas curvas y grandes superficies vidriadas, promueve la transparencia y la interacción entre equipos. Los ambientes cuentan con luz natural, vistas abiertas y vegetación real distribuida a lo largo del edificio. Además, las oficinas fueron equipadas con sistemas de climatización inteligente, control acústico, accesibilidad plena y mobiliario fabricado con madera reciclada o de origen certificado. Pero el diseño va más allá de lo estético. La sostenibilidad es uno de los pilares centrales del proyecto. Las instalaciones incorporan griferías automáticas, inodoros de doble descarga, filtros de agua potable, iluminación LED dimerizable, sensores de ocupación para optimizar la climatización y un sistema de monitoreo que regula la calidad del aire en tiempo real. Todo pensado para minimizar el impacto ambiental y maximizar el confort.

A esto se suma un programa integral de reciclaje con separación en origen, balanzas electrónicas para medir los residuos, señalética educativa y monitores que fomentan hábitos sustentables dentro de la organización. El objetivo: reducir significativamente el consumo energético, las emisiones de carbono y la generación de residuos, a la vez que se construye una cultura empresarial responsable.

Con esta apertura, Santex reafirma su compromiso con la innovación desde una perspectiva inclusiva, apostando al desarrollo de talento en el sur global y ofreciendo un entorno de trabajo que combina eficiencia, bienestar y propósito.

¿La inteligencia artificial puede ser mi mentora profesional?

Escribe

Cristina Lorenzo

Gerente General de Oracle para Argentina

Cuando hablamos de inteligencia artificial aplicada al mundo laboral, solemos pensar en asistentes virtuales que nos ayudan a agilizar tareas operativas. Sin embargo, su verdadero potencial va mucho más allá.

La IA puede ocupar un rol mucho más estratégico y significativo en nuestra carrera profesional, funcionando como un mentor digital que impulsa y orienta nuestro desarrollo y ayudándonos a tomar decisiones más informadas a lo largo de nuestra carrera.

Imaginemos, por un momento, ¿qué sucedería si en una organización de miles de colaboradores cada uno pudiera tener su propio representante de Recursos Humanos? Algo que en la práctica parece imposible, con la tecnología se vuelve viable.

Hoy por hoy la IA puede analizar el historial profesional, las habilidades y los intereses de las personas, ofreciéndoles recomendaciones personalizadas para el desarrollo de su perfil profesional: desde sugerir cursos y certificaciones relevantes hasta brindar consejos sobre cómo mejorar habilidades específicas y navegar en el mercado laboral. Así, la IA comienza a actuar como una especie de coach digital, anticipándose a las necesidades del colaborador y guiando su evolución profesional.

Según un informe de McKinsey las aplicaciones de IA generativa ya están ayudando a mejorar la experiencia de inmersión de nuevos colaboradores al conectar automáticamente a cada persona con un mentor o coach dentro de la empresa. También están inspirando a los altos directivos a repensar sus modelos de liderazgo, ya que la tecnología no solo acelera la toma de decisiones, sino que también los desafía a anticiparse a futuros escenarios y adaptar sus estrategias en consecuencia.

La productividad también está experimentando un impacto significativo. Según un informe de PwC la incorporación de IA en procesos internos ya ha multiplicado la eficiencia laboral por 4,8 veces. En este contexto, soluciones como Oracle HCM Cloud integran inteligencia artificial generativa para alinear mejor las expectativas del talento con los objetivos del negocio, potenciando tanto el rendimiento como la satisfacción de los equipos.

Adoptar la inteligencia artificial con una visión integral y estratégica es clave tanto para las empresas como para los colaboradores. Por un lado, permite gestionar mejor las habilidades disponibles para responder al desafío del re-skilling o up-skilling. Pero la inteligencia artificial también ayuda a promover la equidad al eliminar sesgos en los procesos de selección, evaluación y promoción. Además, contribuye a personalizar la experiencia del colaborador, fomentando un mayor sentido de pertenencia y fortaleciendo la cultura organizacional.

Aún queda mucho camino por recorrer y estamos comenzando a ver el verdadero potencial de los agentes de IA en la gestión del talento humano. Un estudio del World Economic Forum advierte que su evolución traerá una ola de innovación capaz de transformar la economía y redefinir los roles laborales de formas profundas y significativas. Entonces, ¿será que los organigramas laborales incluirán agentes de IA? ¿de qué otras maneras creativas podríamos integrar a los agentes como aliados dentro de nuestros equipos de trabajo?

Lo cierto es que la inteligencia artificial ya no es tan solo una herramienta, es una fuerza transformadora que está reconfigurando el presente y el futuro del ámbito laboral. Y cuanto antes entendamos su potencial y aprendamos a integrarla de manera estratégica, mayores serán las oportunidades para individuos y organizaciones en esta nueva era digital.

Mercado Libre invertirá USD 2.600 millones y creará 2.000 empleos en Argentina en 2025

En un anuncio que resalta su apuesta por el mercado local, Mercado Libre reveló una inversión de 2.600 millones de dólares para Argentina en 2025. Esta inyección de capital se destinará a fortalecer áreas clave como la logística, el desarrollo tecnológico para el comercio electrónico y los servicios financieros, así como a inversiones en marketing y contratación de servicios estratégicos. La noticia se dio a conocer en el marco de la primera edición de Mercado Libre Experience en Argentina, un evento que congregó a más de 7.000 emprendedores, PyMEs y marcas de todo el país.

Juan Martín de la Serna, Presidente de Mercado Libre Argentina.

La inversión anunciada por la compañía líder en comercio electrónico y servicios financieros de América Latina abarca tanto bienes de capital como gastos operativos, con el objetivo primordial de consolidar su presencia en Argentina y asegurar un crecimiento sostenido a largo plazo.

Además de la considerable inversión económica, Mercado Libre también anunció la incorporación de 2.000 nuevos empleados en el país durante el presente año. Con estas nuevas contrataciones, enfocadas en las áreas de logística, tecnología y negocio, la empresa alcanzará un total de 14.000 empleados en Argentina para finales de 2025. De esta manera, Mercado Libre se posiciona como uno de los principales generadores de empleo en el sector tecnológico argentino.

“Mercado Libre reafirma su compromiso con el desarrollo tecnológico y sus operaciones en Argentina, apostando por el talento local y la cultura emprendedora que impulsa a la compañía a seguir brindando la mejor experiencia a los usuarios, de nuestro país para la región”, expresó Juan Martín de la Serna, Presidente de Mercado Libre Argentina y Vicepresidente Ejecutivo de Asuntos Corporativos.

La empresa destaca su rol fundamental en el desarrollo económico del país, fomentando el ecosistema emprendedor y contribuyendo a la formalización de la economía, lo que a su vez impacta positivamente en la recaudación fiscal. En los últimos tres años, Mercado Libre ha exportado servicios tecnológicos por más de 2.700 millones de dólares. Adicionalmente, en 2024, su cartera de créditos se triplicó en comparación con el año anterior, con un énfasis en el otorgamiento de créditos a emprendedores y PyMEs a nivel nacional.

“Nos enorgullece saber que más de 180 mil familias argentinas generan sus principales ingresos a través de nuestro ecosistema. Vamos a continuar enfocando nuestros esfuerzos para lograr un crecimiento continuo y compartido en el país”, añadió De la Serna.

En las próximas semanas, Mercado Libre proporcionará más detalles sobre la creación de los nuevos puestos de trabajo, que ofrecerán oportunidades en logística, tecnología y negocios, entre otras áreas. Los interesados podrán encontrar más información en mercadolibre.com/empleos.

Fundada en 1999, Mercado Libre opera en 18 países y ofrece un amplio ecosistema de soluciones para comprar, vender, anunciar, obtener créditos y seguros, cobrar y enviar dinero, ahorrar y pagar bienes y servicios tanto online como offline. La compañía busca facilitar el acceso a servicios de comercio y financieros en América Latina, adaptando soluciones tecnológicas a la cultura local.

Por qué la computación cuántica será una gran tendencia de 2025

Escribe

Gastón Gugliotta

Gerente Genera de Streambe

La IA sigue captando la atención internacional y la competencia comercial entre empresas como OpenAI, Microsoft, Nvidia y, la recientemente popular DeepSick entre otras, será uno de los temas del año. Sin embargo, otra tecnología disruptiva avanza en los mercados y promete redefinir el futuro: la computación cuántica.

Con el potencial de resolver problemas que hoy serían impensables para las computadoras tradicionales la computación cuántica se perfila como un pilar clave en sectores como la ciberseguridad, la farmacéutica y la optimización logística. Su desarrollo podría redefinir industrias enteras, permitiendo avances en criptografía post-cuántica, simulaciones moleculares de alta precisión para el diseño de nuevos fármacos y algoritmos de optimización exponencialmente más eficientes para cadenas de suministro y sistemas financieros. Tanto es así, que se espera que el avance en hardware cuántico y nuevos modelos algorítmicos marque el inicio de una revolución tecnológica sin precedentes.

La demanda tecnológica de tendencia sigue estando dominada por la IA, en gran parte porque aún estamos en una fase de exploración sobre sus aplicaciones y potencial. Sin embargo, esto no significa que sea la única tecnología disruptiva de tendencia. La computación cuántica es una de las innovaciones más prometedoras, aunque aún se encuentra en una etapa temprana de desarrollo comercial. Veremos una transformación radical en la capacidad de procesamiento, con impacto en la simulación de materiales, la resolución de problemas complejos de optimización y el desarrollo de nuevos paradigmas en la informática. Estamos en la antesala de una disrupción que cambiará la infraestructura de cómputo que actualmente conocemos.

La computación cuántica es un nuevo paradigma tecnológico que aprovecha las leyes de la mecánica cuántica para procesar información de manera exponencialmente más rápida. A diferencia de los bits clásicos, que solo pueden representar un 0 o un 1, los cúbits pueden estar en múltiples estados simultáneamente gracias a la superposición. Esta tecnología será clave para la evolución de la inteligencia artificial, ya que, entre otras cosas, la IA actual se ha desarrollado gracias al cloud computing, que tiene sus propios límites. La IA, sigue basándose en servidores físicos potentes, pero operando dentro de las leyes de la física clásica. En cambio, la computación cuántica representa una revolución que transformará la infraestructura de procesamiento a un nivel fundamental. Con ella, la inteligencia artificial alcanzará un nuevo nivel de potencia y capacidad.

Según informes de la consultora global de mercados The Business Research Company, el tamaño del mercado de la computación cuántica creció exponencialmente en los últimos años y aumentará de 2.570 millones de dólares en 2024 a 3.620 millones de dólares en 2025. La suba en el período histórico se puede atribuir a los fundamentos teóricos de la mecánica cuántica, la financiación y la inversión, destacan los expertos detrás del reporte. En esa línea, se espera que el tamaño del mercado experimente un crecimiento exponencial en los próximos años.

En primer lugar se adoptará en los grandes centros tecnológicos y por las principales empresas del sector a nivel global para vender servicios. Su llegada al usuario común va a tomar más tiempo, pero cuando eso ocurra, su impacto será total. Desde la mejora de procesamientos en la nube hasta en nuestros celulares y dispositivos inteligentes de todo tipo. En la actualidad, hay empresas de todos los sectores productivos utilizando computación cuántica. Desde IBM hasta JP Morgan Chase, Microsoft y Volkswagen, las compañías adoptan esta innovación para acelerar procedimiento, ser más eficientes y reducir costos.

La computación cuántica puede mejorar la investigación y el desarrollo, la optimización de la cadena de suministro y la producción. Por ejemplo, se podría aplicar para reducir los costos relacionados con el proceso de fabricación y acortar los tiempos de ciclo mediante la optimización de elementos como la planificación de rutas en procesos complejos, explican en Amazon, donde ya aplican esta tecnología en su vertical AWS.

El parque tecnológico MiradorTEC se presentó en Buenos Aires

Con el objetivo de posicionar a la provincia de Entre Ríos como un referente en la Economía del Conocimiento y atraer empresas e inversores de ciencia y tecnología a la provincia el viernes pasado se presentó el Parque Tecnológico del Paraná MiradorTEC en la casa de la Provincia en la Ciudad de Buenos Aires.

Ante empresarios tecnológicos y autoridades nacionales Carlos Pallotti, Coordinador y Director General del Proyecto MiradorTEC, destacó que se está creando “un espacio distinto, un ecosistema donde la innovación fluye constantemente”. Pallotti subrayó que este proyecto es posible gracias a la decisión del gobierno encabezado por el gobernador Rogelio Frigerio, quien “vislumbró que uno de los pilares del crecimiento de la región debe ser impulsado por el desarrollo tecnológico y la economía del conocimiento”.

MiradorTEC se ubicará estratégicamente en un predio contiguo al Centro Provincial de Convenciones (CPC) de Paraná, y se extenderá por más de 8.000 metros cuadrados, con capacidad para albergar a 600 personas diariamente. Contará con una infraestructura de última generación que incluye 44 oficinas, espacios de coworking, salas de reuniones, laboratorios, aulas de capacitación, dos auditorios, un área de divulgación de ciencia y zonas de esparcimiento.

Carlos Pallotti explicó que MiradorTEC se basa en tres pilares fundamentales: “uno de los mejores edificios dedicados a la actividad de nuestro país, sustentable y con todas las comodidades para desarrollar innovación y tecnología”; la “generación de un ámbito apropiado para que existan fondos de inversión para atraer proyectos de envergadura, no solo empresas locales, sino también iniciativas innovadoras a nivel nacional e internacional en áreas como IT, IA, Blockchain, Agro, Salud, Farma, Biotecnología e Industrias”; y la “incorporación de un grupo de personalidades muy reconocidas en el mundo de la CyT que nos ayude a pensar estos proyectos, a identificar oportunidades y a conectarnos con iniciativas a nivel global”.

Recientemente se confirmó la incorporación de Lino Barañao, reconocido biólogo y ex ministro de Ciencia y Tecnología de la Nación en tres períodos, como coordinador del

Carlos Pallotti, Director General del Proyecto MiradorTEC.

Consejo Asesor. Este consejo congregará a seis destacadas personalidades relacionadas con la tecnología.

“Este concepto de convocar a científicos, a tecnólogos, al sector productivo, al sector político, en una iniciativa común, me parece que es inédito y no dudo que que va a ser exitoso y que va a ser realmente una experiencia de referencia para el país, incluso para la región”, dijo Barañao durante la presentación.

MiradorTEC es un emprendimiento conjunto de IAPSER, el gobierno de la provincia de Entre Ríos y el Polo Tecnológico de Paraná.

Lino Barañao, durante la presentación de miradorTEC.

Diseñadores vs. máquinas, ¿quién ganará la batalla creativa?

Escribe

Christian Patiño

CEO de Coderhouse

En el mundo del diseño, la tecnología siempre ha jugado un papel fundamental en la creación de contenido visual atractivo. Sin embargo, con la llegada de ChatGPT y su nueva función y capacidad para generar imágenes realistas, el panorama está cambiando drásticamente. Ya no es necesario ser un experto en software de diseño para crear imágenes impresionantes, lo que plantea un desafío importante para los diseñadores y responsables de generar imágenes.

Algunos podrían argumentar que la capacidad de ChatGPT para generar imágenes realistas y diseños innovadores es un golpe mortal para la creatividad humana. Si las máquinas pueden crear obras de arte y diseños que son indistinguibles de los creados por humanos, ¿qué sentido tiene la creatividad humana?

Otros podrían argumentar que la colaboración entre humanos y máquinas es la clave para desbloquear el verdadero potencial de la creatividad. Al trabajar juntos, humanos y máquinas pueden crear obras de arte y diseños que son más innovadores y atractivos que cualquier cosa que un humano o una máquina podrían crear por sí solos.

La pregunta que queda

La pregunta que se nos plantea es: ¿qué significa ser un creativo en un mundo donde las máquinas pueden crear obras de arte y diseños innovadores? ¿Es posible que la creatividad humana sea reemplazada por la inteligencia artificial, o hay algo inherentemente humano en la creatividad que no puede ser replicado por las máquinas?

La respuesta a esta pregunta es controvertida y depende de cómo se defina la creatividad y el papel del humano en el proceso creativo. Algunos podrían argumentar que la creatividad humana es única y no puede ser replicada por las máquinas, mientras que otros podrían ver la colaboración entre humanos y máquinas como la clave para desbloquear el verdadero potencial de la creatividad.

La discusión sobre el papel de la creatividad humana en un mundo donde las máquinas pueden crear obras de arte y diseños innovadores continúa. ¿Qué significa ser un creativo en este nuevo mundo? ¿Qué papel juega la inteligencia artificial en el proceso creativo? Estas son preguntas que seguirán siendo debatidas en el futuro.

El nuevo rol del diseñador

Desde nuestra visión de educadores y responsables por brindar herramientas y nuevos conocimientos, en este nuevo escenario, el diseñador o responsable de generar imágenes debe desarrollar dos habilidades clave:

1. Buen gusto y estética: Ahora que la tecnología puede generar imágenes realistas, el diseñador debe enfocarse en desarrollar un buen gusto y un sentido de la estética. Esto implica saber exactamente qué decirle a ChatGPT para obtener el resultado deseado, teniendo en cuenta criterios de diseño como la composición, el color y la textura.

2. Habilidades de comunicación: La capacidad de comunicarse de manera efectiva con ChatGPT es fundamental para obtener los resultados deseados. El diseñador debe ser capaz de describir con precisión lo que quiere lograr, lo que requiere desarrollar habilidades de comunicación claras y concisas.

La nueva función de ChatGPT para generar imágenes realistas está revolucionando el mundo del diseño. Ya no es necesario pasar horas frente a un software para crear imágenes impresionantes. Ahora, el diseñador puede enfocarse en desarrollar su creatividad y habilidades de comunicación para obtener resultados innovadores y atractivos.

canal AR