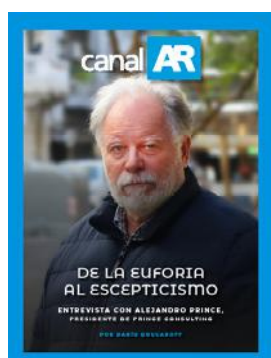




IA AGÉNTICA: LA PRÓXIMA OLA DE PRODUCTIVIDAD

ENTREVISTA CON SEBASTIÁN AVEILLE,
COUNTRY MANAGER DE MICROSOFT ARGENTINA

EN ESTA EDICIÓN



Llegamos a la edición 13 de la Revista Digital CanalAR, y si en los últimos meses la conversación giró en torno a la irrupción de la Inteligencia Artificial generativa, hoy el foco se desplaza hacia una nueva evolución que promete redefinir los modelos de negocio: la IA agéntica. Ya no hablamos de copilotos que asisten, sino de agentes autónomos capaces de razonar, ejecutar acciones y optimizar procesos de negocio a una escala nunca antes vista.

En esta edición, exploramos esta nueva frontera desde múltiples perspectivas. En nuestra entrevista central, Sebastián Aveille, flamante Country Manager de Microsoft Argentina, nos comparte su visión sobre cómo esta “próxima ola de productividad” representa una oportunidad única para potenciar el talento local y posicionar al país como un exportador de servicios de alto valor. En sintonía, desde Salesforce nos advierten que la era de los agentes de IA nos obliga a repensar toda la estrategia de Go-to-Market.

Por supuesto, esta revolución requiere de un ecosistema sólido que la sustente. Por eso, conversamos con figuras clave del canal de distribución, como Sergio Guaita, Director Comercial de Stylus, quien nos detalla cómo, a punto de cumplir 50 años, la compañía redobra su apuesta por el valor agregado. También nos sumergimos en la mirada aguda y crítica de Alejandro Prince, quien recorre la evolución de la tecnología “de la euforia al escepticismo” y nos invita a reflexionar sobre la necesidad de una regulación inteligente y una visión geopolítica del mundo digital.

Además, en este número, el encuentro de ABB con sus mayoristas, el lanzamiento de Arkham, la nueva línea gamer de Air Computers, la historia de Netpoint junto a 3nStar, el workshop de Huawei eKit junto a Intermaco y el LOL Partner Exchange de Licencias OnLine. También la inauguración del Mirador Tec en Entre Ríos, las alianzas estratégicas que fortalecen al canal, como la incorporación de Brother al portfolio de Elit. ¡Que disfruten la lectura!

DARÍO DRUCAROFF
DIRECTOR GENERAL

Easy UPS 3S 10kVA

Respaldo de energía confiable, escalable y sostenible

Solución trifásica con baterías internas y hasta 15 minutos de autonomía. Ideal para proteger cargas críticas con instalación rápida y operación eficiente.

- ✓ Conecta hasta 4 UPS en paralelo para mayor capacidad o redundancia.
- ✓ Instalación plug & play y mantenimiento simplificado.
- ✓ **Diseño compacto:** más potencia, menos espacio.
- ✓ **Certificación Green Premium™:** sustentabilidad garantizada.

Una solución de
Schneider Electric



Life Is On

Schneider
Electric

TABLA DE CONTENIDOS

06



Se inauguró el
Mirador Tec

08



12



16



20



28



24



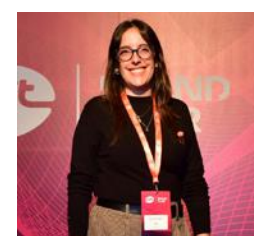
Encuentro ABB
con mayoristas

26



Intermaco en el
Huawei eKit
Workshop

27



Elit incorpora
a Brother

30



LOL Partner Exchange

31



Arkham, lo nuevo de Air

32



IA como copiloto

33



Samsung: "AI Home"

34



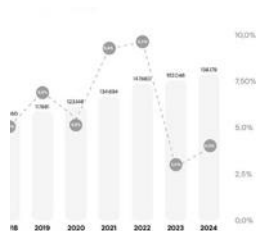
IA como copiloto

35



Brother Cup 2026

36



Más empleo en la industria del software

37



Un nuevo estándar de conectividad

38



Más allá del código

39



Aprender a Aprender con IA

40



MIA, el primer agente de IA del Estado

41



Córdoba Tech Week

Entre Ríos inauguró el Mirador Tec: su primer Parque Tecnológico

Con un acto que reunió a funcionarios, empresarios, científicos y referentes del ecosistema innovador, el gobernador de Entre Ríos, Rogelio Frigerio, inauguró oficialmente el Mirador Tec, el primer Parque Tecnológico de la provincia y uno de los más modernos del país. “Es el ingreso de Entre Ríos al siglo XXI”, afirmó el mandatario durante la ceremonia realizada en el nuevo edificio ubicado junto al Centro Provincial de Convenciones de Paraná. Frigerio destacó que el proyecto es fruto del compromiso colectivo y de una decisión política orientada a transformar la provincia hacia un futuro sostenible y tecnológico.

El Mirador Tec nace como un espacio de encuentro entre empresas, universidades, emprendedores e instituciones públicas y privadas, con el objetivo de impulsar la economía del conocimiento y generar proyectos de innovación de alto impacto. En su primera etapa, el Parque albergará 28 empresas de base tecnológica, 26 proyectos de investigación y 8 instituciones ya instaladas, con una capacidad inicial para entre 300 y 600 personas.

El edificio central, de más de 8.000 m², fue financiado por el Instituto Autárquico Provincial del Seguro (IAPSER). Se trata de una construcción de última generación, sustentable desde lo ambiental y lo económico, que incluye 44 oficinas, tres espacios de coworking, siete salas de reuniones, un auditorio, cuatro aulas de capacitación, un área de divulgación científica, una cinemateca y sectores de esparcimiento.

La inauguración contó con la presencia de la intendenta de Paraná, Rosario Romero; el director del Mirador Tec, Carlos Pallotti; y los miembros del Consejo Asesor, entre ellos Lino Barañao y Eduardo Levy Yeyati. También participaron el presidente del Conicet, Daniel Salamone; el subsecretario de Ciencia y Tecnología de la Nación, José Luis Acevedo; el director de Coordinación del CFI, Nicolás Cevela; y el presidente del Superior Tribunal de Justicia, Leonardo Portela, entre otras autoridades académicas, empresariales y judiciales.

Durante su discurso, Frigerio subrayó que el Mirador Tec es “mucho más que un parque tecnológico” y lo definió como “un faro, una vidriera y un concepto que trasciende lo



edificio”. El gobernador remarcó que la economía del conocimiento ya es la tercera generadora de divisas de Argentina, y que uno de cada cuatro empleos privados se crean en empresas tecnológicas. “Los entrerrianos también podemos y queremos ser parte de esa revolución del trabajo”. Con vistas al futuro, aseguró que el objetivo es que los jóvenes de la provincia “ya no tengan que emigrar para desarrollarse, sino que encuentren aquí las oportunidades para crecer”.

El Consejo Asesor del Mirador Tec está integrado por referentes de prestigio internacional como Silvia Torres Carbonell (IAE), Martín Umarán (cofundador de Globant), Sebastián Ceria (matemático y empresario), y Leandro Vetcher (experto en inteligencia artificial), entre otros.

Carlos Pallotti destacó que el proyecto se inspiró en experiencias exitosas de ciudades como Medellín y Guadalajara, que lograron impulsar riqueza a partir de la innovación. “Estas características convierten a Mirador Tec en un espacio único en el país”, señaló, y agregó que el proyecto es posible gracias a la decisión política de impulsar el desarrollo tecnológico como pilar de crecimiento.

Con esta inauguración, Entre Ríos se suma al mapa de polos tecnológicos de la Argentina. Frigerio cerró su discurso asegurando que “generar innovación es hoy la mejor política productiva que podemos impulsar” y que la provincia “quiere, puede y va a estar en el mapa del futuro”. El Mirador Tec comienza así a funcionar como un punto de referencia para la innovación en el litoral argentino, con la misión de articular conocimiento, tecnología y talento local para competir a nivel global.



POWERVALUE 11T G2

Una solución eficiente para la máxima protección.

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



ENGINEERED
TO OUTFIT

Distribuidores
oficiales



canal **AR**

**REPENSAR EL
GO-TO-MARKET**

**SILVIA TENAZINHA,
DIRECTORA DE SALESFORCE EN ARGENTINA**

Salesforce: “La IA nos obliga a repensar toda la estrategia de Go-to-Market”

En sus oficinas de Buenos Aires, Salesforce reunió a periodistas especializados para compartir su visión sobre una transformación que ya no es futuro, sino presente: la era de los agentes de IA autónomos. Lejos de ser una tecnología para grandes corporaciones, la compañía demostró con casos concretos cómo la inteligencia artificial se convirtió en una herramienta tangible y accesible que está redefiniendo la forma en que las empresas se relacionan con sus clientes. Para Salesforce, no se trata de una moda pasajera, sino de un cambio de paradigma que exige a las organizaciones rediseñar por completo sus estrategias comerciales y de atención.

Silvia Tenazinha, directora de Salesforce en Argentina, y Patricio Méndez, Principal Solution Engineer de Salesforce LATAM, explicaron cómo la evolución de la IA ha pasado de modelos predictivos a copilotos y, finalmente, a la era actual de los agentes autónomos. Estos agentes, a diferencia de los chatbots tradicionales, no se limitan a seguir un guion lineal, sino que tienen la capacidad de razonar, tomar acciones y colaborar con los equipos

“NO ES QUE ALGUIEN SE VA

A QUEDAR SIN TRABAJO POR

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL;

ALGUIEN SE VA A QUEDAR

SIN TRABAJO SI NO LA

CONOCE Y NO LA USA

COMO HERRAMIENTA”.

humanos para optimizar procesos, aumentar la productividad y mejorar la experiencia del cliente. El objetivo, según explican, no es reemplazar a las personas, sino

potenciarlas con una fuerza de trabajo digital que opera 24/7.

La IA como un asistente que no duerme

Uno de los conceptos clave que presentó la compañía es que la IA no debe generar miedo, sino ser vista como una herramienta que, bien utilizada, se vuelve indispensable. “Nadie se quedó sin laburo por usar WhatsApp, pero hoy nadie se imagina su vida sin usarlo”, comentó Tenazinha, y agregó: “No es que alguien se va a quedar sin trabajo por la inteligencia artificial; alguien se va a quedar sin trabajo si no la conoce y no la usa como herramienta”.

Esta fuerza de trabajo digital funciona como un asistente que libera a los equipos de tareas manuales y repetitivas, permitiéndoles enfocarse en actividades de mayor valor. Los casos de uso son tan variados como prácticos:

- **Recuperación de ventas perdidas:** Un agente de IA puede interactuar con un cliente que abandonó su carrito de compras en un e-commerce, ayudándolo a finalizar el proceso. Un caso de éxito es una cadena de gimnasios que, gracias a un agente, recupera más de 4.000 carritos abandonados al mes, muchos de ellos generados los domingos por la noche, un horario pico de contrataciones impulsivas.
- **Asistencia en momentos clave:** En la industria del turismo, donde muchas compras se realizan de madrugada, un agente puede “pre-bookear” un viaje cuando la tarjeta de crédito del cliente es rechazada por el horario bancario, asegurando la venta y evitando la frustración del usuario.
- **Mantener los procesos digitales:** En la contratación de un seguro de auto, si un cliente tiene dudas y llama a un contact center, el proceso deja de ser digital. Un agente asistente en la web puede resolver esas consultas en tiempo real, manteniendo al cliente en el canal online.
- **Ventas proactivas:** Más allá de reaccionar a una consulta, los agentes pueden ser proactivos. Por ejemplo,

al detectar que un cliente compró un pasaje aéreo (a través del código de comercio en la transacción de la tarjeta), un agente puede disparar automáticamente una campaña para ofrecerle un seguro de viajero y hacerle seguimiento.

Nuevos roles en la era de los agentes

Salesforce destaca la sinergia entre personas y agentes. La plataforma permite un monitoreo en tiempo real de las interacciones de los agentes, similar a como se supervisan las conversaciones en un contact center. Esto da lugar a nuevos roles, como el de responsable de agentes autónomos, profesionales especializados en entrenar, monitorear y optimizar el rendimiento de esta fuerza laboral digital.

“LOS DATOS NO SON

DE SALESFORCE, SON DE

NUESTROS CLIENTES”.

“Así como un empleado nuevo, a un agente hay que entrenarlo”, explicó Tenazinha, refiriéndose a la necesidad de definirle claramente cuatro aspectos: su rol (qué debe hacer y qué no), las fuentes de datos que utilizará, las acciones que puede ejecutar (como aplicar un descuento hasta cierto límite) y, fundamentalmente, sus límites de seguridad para saber cuándo escalar una situación compleja a un humano.

Confianza y datos: los pilares de la IA de Salesforce

En un mundo donde los datos son el activo más valioso, la seguridad y la confianza son cruciales. Patricio Méndez enfatizó el “Trust Layer” (capa de confianza) de Salesforce, un acuerdo técnico y contractual que ga-



Patricio Méndez, Principal Solution Engineer de Salesforce LATAM .

rantiza que los datos de los clientes nunca se utilizarán para entrenar modelos de lenguaje públicos. “Los datos no son de Salesforce, son de nuestros clientes”, afirmó, explicando que la información es anonimizada y olvidada tras generar una respuesta para proteger la privacidad.

La plataforma es, además, un ecosistema abierto, capaz de conectarse a las fuentes de datos que las compañías ya poseen, sin necesidad de migrarlos, y operar con distintos modelos de IA, adaptándose a la infraestructura existente de cada cliente. Esta flexibilidad, sumada a la capacidad de desplegar un mismo agente en múltiples canales como la web, WhatsApp o voz, consolida la visión de Salesforce: la IA generativa no es solo una tecnología, es el motor para repensar por completo la forma de llegar al mercado y construir relaciones duraderas con los clientes.

DELLTechnologies
AUTHORIZED DISTRIBUTOR

¡Volvió con todo!



Máxima performance que potencia la productividad

www.air-computers.com

Rosario
San Nicolás 1450
+54 (341) 436 7777

Buenos Aires
Luis Piedra Buena 3590
+54 (11) 7093 1025

Córdoba
Ramírez de Arellano 1230
+54 (351) 474 5040

Mendoza
Federico Moreno 1456
0810 362 2333

AIR
COMPUTERS

canal **AR**

IA AGÉNTICA: LA PRÓXIMA OLA DE PRODUCTIVIDAD

ENTREVISTA CON SEBASTIÁN AVEILLE,
COUNTRY MANAGER DE MICROSOFT ARGENTINA

POR DARÍO DRUCAROFF

IA agéntica: la próxima ola de productividad. Entrevista con Sebastián Aveille

En un contexto de transformación tecnológica acelerada, Sebastián Aveille asumió en julio la dirección de Microsoft Argentina. Con casi 14 años en la compañía, su trayectoria no es la tradicional: llegó al gigante tecnológico desde el mundo de las finanzas y encontró su pasión en el área comercial justo cuando la nube comenzaba a cambiarlo todo. Hoy, le toca liderar la filial local en medio de otra revolución, la de la inteligencia artificial generativa, un paradigma que, según él, posiciona a Argentina ante una oportunidad única de crecimiento y desarrollo.

Desde las oficinas de Microsoft en Buenos Aires, Aveille compartió su visión sobre cómo esta nueva era puede potenciar el talento local, habló de sus desafíos en el nuevo rol y detalló la estrategia para acompañar a empresas de todos los tamaños, al sector público y a la comunidad de desarrolladores en la adopción de estas nuevas herramientas. Convencido del potencial del país, destaca dos factores clave: la capacidad de adaptación de los argentinos y un ecosistema local de más de 1,2 millones de desarrolladores que pueden acelerar la innovación.

“LLEGUÉ A MICROSOFT COMO CONTROLLER EN 2011, JUSTO CUANDO EMPEZABA EL AUGE DE LA NUBE CON OFFICE 365. ESE CAMBIO DE MODELO, DE LICENCIAS A SUSCRIPCIONES, ME ACERCÓ MUCHO A LOS CLIENTES”.

- ¿Cuál es tu historia en la industria y cómo llegaste a liderar Microsoft Argentina?

- Llevo casi 14 años en Microsoft, pero mi origen es dife-

rente al de muchos en la industria: soy contador público y trabajé muchos años en finanzas. De hecho, llegué a Microsoft como controller en 2011, justo cuando empezaba el auge de la nube, con Office 365. Ese cambio de modelo, de licencias a suscripciones, me acercó mucho a los clientes, para explicarles el valor financiero de la transformación. En esas conversaciones descubrí un mundo que me apasionó y decidí mover mi carrera hacia el área comercial. Desde entonces, tuve varios roles: fui ejecutivo de cuentas, lideré el segmento PyME para Argentina y Latinoamérica, y hace dos años asumí la dirección comercial para grandes empresas. En julio de este año, finalmente, tomé el rol de Country Manager para el país.

“SIN DUDA, EL EJE CENTRAL

DE MI GESTIÓN ES LA

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

GENERATIVA”.

- Comenzaste en un momento de cambio de paradigma con la nube y ahora te toca liderar en otro, el de la inteligencia artificial. ¿Cuáles son tus principales desafíos?

- Sin duda, el eje central de mi gestión es la inteligencia artificial generativa. Mi desafío es potenciar su uso en Argentina, asegurando que sea una herramienta de valor real para nuestros clientes y el país en su conjunto. Argentina tiene una oportunidad muy importante. Estamos habituados al cambio, y esta tecnología requiere esa habilidad para redefinir modelos constantemente. Además, contamos con un ecosistema de más de 1,2 millones de desarrolladores, según un estudio de GitHub. Si a ese talento le sumamos herramientas de IA que aceleran, eficientizan y aseguran el proceso de programación, tenemos una posibilidad inmensa como país de ofrecer servicios al mundo y reducir el time to market.

- ¿Cómo está adoptando Argentina la IA generativa? ¿Ves avances concretos en empresas y en el sector público?

- Estamos avanzando a buen ritmo y en todos los sectores, tanto en el ámbito público como en el privado y en empresas de todos los tamaños. En el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, el chatbot Boti evolucionó de un modelo de pregunta-respuesta a uno basado en IA generativa, lo que permite una conversación mucho más natural y humana. En el sector privado, por ejemplo, trabajamos con Galicia Seguros, cuyo bot de atención al cliente mejoró significativamente la experiencia de los usuarios al permitirles consultar sus pólizas de forma rápida y sencilla 24/7. En el mundo PyME, vemos que el 80% de las compañías planea invertir en IA este año, principalmente para potenciar la colaboración y democratizar el acceso a la información.

- Microsoft tiene un fuerte ecosistema de partners. ¿Qué rol juega en esta nueva era de la IA generativa?

- El ecosistema de partners sigue siendo fundamental; nuestro modelo de negocio se basa en ellos para poder llegar con la profundidad necesaria a todos nuestros clientes. En la era de la IA generativa, su rol es aún más crucial. La tecnología no es una solución “lista para usar” que se saca de una caja. Los partners son quienes se sientan con el cliente, entienden su negocio y lo ayudan a definir los casos de uso que tendrán mayor impacto y retorno de inversión. Ellos son quienes adaptan la tecnología a un desafío particular. Nosotros no tenemos la

“LOS PARTNERS SON QUIENES

SE SIENTAN CON EL CLIENTE,

ENTIENDEN SU NEGOCIO Y LO

AYUDAN A DEFINIR LOS CASOS DE

USO QUE TENDRÁN MAYOR IMPACTO

Y RETORNO DE INVERSIÓN”.

escala para hacer ese trabajo de consultoría profunda con cada cliente, por lo que su rol es central.

- Más allá de la IA, que hoy es la punta de lanza, ¿cómo definirías la estrategia general de Microsoft?

- Nuestra misión no ha cambiado: buscamos empoderar

a cada persona y a cada organización del planeta a lograr más. Somos una compañía de plataforma que ofrece herramientas para colaborar, para conocer a los clientes, para interactuar e incluso para jugar. La IA generativa se integra a todo ese universo como un asistente hiperpersonalizado, como lo es Copilot, que se basa en todos los datos de la organización para aumentar la productividad. La idea es liberar a las personas de tareas rutinarias para que puedan enfocarse en lo que realmente aporta valor: la creatividad, la estrategia y la profundidad, esas cosas que el ser humano trae a la mesa y que no son reemplazables.

- Recientemente, en su informe *Work Trend Index*, Microsoft habla de “empresas de frontera” y de la “IA agéntica”. ¿A qué se refieren con estos conceptos?

- Es la siguiente ola de esta revolución. La productividad personal asistida por IA es solo el cimiento. Lo que sigue es lo que llamamos “IA agéntica”, que consiste en que agentes de IA comiencen a gestionar y redefinir procesos de negocio de forma autónoma para alcanzar un nivel de eficiencia muy superior. No se trata solo de hacer más rápido un proceso que ya existe, sino de rediseñarlo desde cero con la tecnología como punto de partida. En este nuevo escenario, surge un nuevo rol: el “líder de agentes”, una persona que supervisa a estos agentes de IA, valida sus decisiones y asegura que estén alineados con la estrategia del negocio. Esto ya no es ciencia ficción; cualquiera de nosotros podría convertirse en un líder de agentes. A principios de año lanzamos Copilot Chat para todos los usuarios de Microsoft 365, una herramienta que permite crear estos agentes de forma muy sencilla, en lenguaje natural y sin saber programar, democratizando así el acceso a esta nueva frontera de la productividad.

- Finalmente, además de impulsar la IA, ¿qué otros desafíos te planteas en lo personal para tu gestión?

- Un desafío fundamental es continuar el legado de mi predecesor, Fernando López Iervasi, posicionando a nuestro equipo en Argentina como un referente de innovación y servicio diferencial para nuestros clientes. Quiero que Microsoft sea un socio estratégico en la agenda de innovación del país, tanto en el sector público como en el privado. Y, por último, un eje clave es seguir fortaleciendo la seguridad. Es el pilar sobre el que se apoya todo lo demás. Trabajar en la concientización sobre la importancia de proteger nuestros datos y la seguridad digital en general es una prioridad fundamental para mí y para toda la compañía.

Macbook Air M2

¡Ya llegó!



24 GB RAM



**Extensión de
garantía limitada**



512 GB SSD



ceven[®]
complete care

Tu empresa merece lo mejor.

A un precio increíble.

Opciones de leasing disponibles.



Consultá ahora



ceven.com/apple



apple@ceven.com



[ceven-sa](#)

canal **AR**

ESTAR CERCA DEL CAÑAL

ENTREVISTA CON SERGIO GUAITA,
DIRECTOR COMERCIAL DE STYLUS

POR DARÍO DRUCAROFF

Estar cerca del canal.

Entrevista con Sergio Guaita

Stylus, uno de los mayoristas de informática más emblemáticos de Argentina, está a las puertas de cumplir medio siglo de historia ininterrumpida en el mercado. Lejos de conformarse con su trayectoria, la compañía se encuentra en un profundo proceso de transformación y crecimiento, fortaleciendo sus pilares históricos para proyectarse hacia el futuro. Con una importante inversión en infraestructura, la compra de terrenos aledaños a sus depósitos, la implementación de un nuevo sistema de gestión y un renovado equipo de marketing, la empresa busca optimizar su operación y profundizar su principal valor diferencial: la cercanía y el acompañamiento constante a su ecosistema de resellers.

En un contexto de mercado desafiante, la resiliencia le ha permitido a la empresa navegar las turbulencias económicas del país, y la estrategia hoy es clara: redoblar la apuesta por el valor agregado, ofreciendo soluciones integrales que incluyen logística y un apoyo financiero y comercial a medida para cada socio de negocios.

“RECIENTEMENTE ADQUIRIMOS

TERRENOS ALEDAÑOS A NUESTRA

SEDE CENTRAL PARA AMPLIAR

SIGNIFICATIVAMENTE LA

CAPACIDAD DE NUESTRO DEPÓSITO

Y SUMAR NUEVAS OFICINAS”.

Para conocer en detalle este presente y los planes a futuro, CanalAR dialogó en exclusiva con Sergio Guaita, quien desde hace dos años y medio se desempeña como Director Comercial de la compañía.

- ¿A qué responde este momento de expansión?

- Estamos en pleno crecimiento. Llevamos 47 años en el mercado, siempre con el mismo CUIT y una sólida presencia en Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza, y seguimos expandiéndonos. Recientemente adquirimos terrenos aledaños a nuestra sede central para ampliar significativamente la capacidad de nuestro depósito y sumar nuevas oficinas. Esta expansión física es el reflejo de una estrategia de fortalecimiento integral. El cambio más importante, y que es la base de todo lo que viene, es la implementación de un nuevo sistema de gestión. Fue un salto tecnológico que necesitábamos para dar el siguiente paso y mejorar la integración con nuestros resellers y las marcas.

“APUNTAMOS A OFRECER

EN BREVE SERVICIOS COMO

ETIQUETAR LOS PRODUCTOS

Y ENTREGARLOS DIRECTAMENTE

AL CLIENTE FINAL EN NOMBRE

DE NUESTRO RESELLER”.

- ¿Qué beneficios concretos trae esta nueva plataforma para los socios de negocio?

- El objetivo principal es dar más valor agregado al canal. El nuevo sistema nos permite integrarnos de forma mucho más eficiente. Buscamos que los resellers puedan conectarse a nuestra plataforma para ofrecer nuestro catálogo de productos directamente a sus clientes, optimizando así sus procesos de venta. Esto se complementa con una próxima remodelación total de nuestro sitio web, para que sea mucho más amigable y fácil de usar. Todo está pensado para fortalecer dos de nuestras grandes patas: la logística y la atención. Queremos que el canal se apoye en nosotros. Por ejemplo, estamos mejorando nuestra logística para garantizar entregas en el

día; si un cliente compra a la mañana, por la tarde tiene la mercadería. Apuntamos a ofrecer en breve servicios como etiquetar los productos y entregarlos directamente al cliente final en nombre de nuestro reseller. Es la visión de un Stylus con más herramientas para nuestros socios.

- ¿Qué significa para Stylus estar “cerca del canal”?

- Estar cerca es nuestra prioridad y lo demostramos con acciones concretas. No se trata solo de ofrecer crédito

“ESTE AÑO ESTAMOS LLEVANDO

CLIENTES A MIAMI CON

EPSON, A JAMAICA CON

SAMSUNG Y BROTHER, Y YA

ESTAMOS ORGANIZANDO UN

VIAJE CON LENOVO A LA FERIA

CES DE LAS VEGAS”.

o financiación, que lo hacemos y es clave, sino de estar presentes, escuchar y acompañar. Nuestros Product Managers y vendedores viajan constantemente a nuestras sucursales del interior para capacitar a los equipos y visitar clientes. La semana pasada, por ejemplo, un equipo viajó a Río Grande y Ushuaia junto a personal de Hikvision y Logitech, para visitar cuentas y entender sus necesidades. Además, invertimos mucho en programas de incentivos que nos permiten compartir experiencias únicas. Este año estamos llevando clientes a Miami con Epson, a Jamaica con Samsung y Brother, y ya estamos organizando un viaje con Lenovo a la feria CES de Las Vegas, un evento que todos los resellers quieren vivir.

- Además de estos viajes y el apoyo comercial, ¿están

fortaleciendo el área de soluciones de valor?

- Sí, totalmente. Entendemos que el negocio no es solo mover cajas. El año pasado incorporamos ingenieros de preventa para dar soporte en soluciones más complejas y ayudar a nuestros canales a certificarse en marcas clave como HP Enterprise, que requiere certificaciones específicas para poder vender. Nuestros ingenieros están capacitando constantemente a los resellers, dándoles las herramientas para que puedan cerrar negocios de mayor valor. La idea es que nos traigan la oportunidad y nosotros vemos cómo armamos una solución, incluso juntando dos o tres marcas si es necesario, para que el negocio se concrete.

- Con casi 50 años de historia y en un contexto de incertidumbre, ¿cómo proyectan el futuro?

- La experiencia de tantos años nos da un músculo único en el mercado. Hemos pasado por muchas turbulencias y siempre supimos adaptarnos. Tenemos un objetivo claro y sabemos a dónde queremos ir, aunque a veces tengamos que timonear para esquivar obstáculos. El primer semestre de este año fue muy bueno, y estamos viendo cómo se desarrolla esta segunda mitad del 2025. Lo más importante es que somos una empresa sólida y predecible para nuestros socios y las marcas con las que trabajamos, como Lenovo, HPE, Samsung, Epson, Brother y Logitech, entre otras. Seguiremos estando cerca del canal, como siempre, y por supuesto, estaremos presentes en eventos clave como Pulso IT para seguir fortaleciendo ese vínculo.

“LA EXPERIENCIA DE TANTOS

AÑOS NOS DA UN MÚSCULO

ÚNICO EN EL MERCADO. HEMOS

PASADO POR MUCHAS

TURBULENCIAS Y SIEMPRE

SUPIMOS ADAPTARNOS”.

Almacenamiento de video inteligente

Diseñado para grabación
de alta calidad **24/7**



WD Purple en PC ARTS,
el especialista en videovigilancia continua.

Disponibles para entrega inmediata en PC ARTS los discos WD Purple,
pensados especialmente para situaciones exigentes de videovigilancia proporcionando un
almacenamiento fiable las 24 horas.

Están optimizados para la mayoría de **sistemas de seguridad y aplicaciones de IA,**
lo que incluye la tecnología mejorada de reproducción de **vídeo AllFrame™.**



Western Digital®

iVideovigilancia inteligente con WD Purple!

Consultá a tu Ejecutivo de Ventas PC ARTS.

canal **AR**

DE LA EUFORIA AL ESCÉPTICISMO

ENTREVISTA CON ALEJANDRO PRINCE,
PRESIDENTE DE PRINCE CONSULTING

POR DARÍO DRUCAROFF

De la euforia al escepticismo.

Entrevista con Alejandro Prince

Con una trayectoria que se remonta a los inicios de la computación personal y un pensamiento forjado en la intersección de la academia, la consultoría y la política, Alejandro Prince se ha consolidado como una de las voces más lúcidas y singulares al analizar el complejo entramado de la tecnología, la sociedad y la argentinidad. Desde sus primeros pasos en Texas Instruments hasta su actual rol como director de doctorados y diplomados, Prince ha sido testigo y protagonista de una transformación tecnológica que, según él, transitó de la euforia inicial a una era de creciente escepticismo y polarización.

Reconocido por su estilo directo, su vasta cultura y su capacidad para vincular el presente tecnológico con las raíces históricas, Prince se define como un *integrado crítico*: alguien que abraza la irreversibilidad del avance tecnológico, pero que también advierte sobre las “externalidades negativas” y la necesidad de regular con cautela, *ex post* y caso por caso. En esta entrevista recorreremos su trayectoria y exploramos su visión sobre el presente y el futuro del sector tecnológico y la geopolítica digital.

- Entraste al mercado de la tecnología en un momento muy particular. ¿Cómo fue ese inicio?

– Fue un comienzo bastante singular. Había terminado la guerra, colgué el uniforme y mi jefe de carrera en la universidad me insistió en ir a una entrevista laboral en Texas Instruments, una empresa de ingenieros. Yo estaba terminando mi licenciatura en comercialización y, por unos meses, trabajar no era mi prioridad. Llegué a la planta de Don Torcuato, y ese mismo día me entrevistaron el gerente de personal, el director de operaciones y el presidente. Terminé la jornada como asistente del presidente de Texas Instruments, en noviembre de 1982. Fue una etapa de enorme crecimiento y disfrute, similar a otras en mi vida, como la inmediata posterior con Prince & Cooke.

- ¿Cuál fue tu rol en Texas Instruments?

– Texas Instruments es una empresa global; uno de sus miembros, Jack Kilby, fue el inventor del transistor en 1947. Estábamos en pleno auge de las computadoras hogareñas, como la TI-99 y la TIPC. En 1983, la revista Time

nombró a “la computadora personal” como “el personaje del año”, un verdadero hito. Mi PC de entonces era un bicho de 4.500 dólares con un monitor de 28 kg; no tenía discos, ni mouse, ni Windows, ni internet. Mi desafío, siendo el único de marketing entre ingenieros, fue aprovechar ese espacio. Rápidamente pasé a ocuparme de las relaciones públicas: con la prensa, la agencia de publicidad, las cámaras empresariales, el gobierno, etc. Estaban bajo mi responsabilidad la investigación y análisis de mercado, así como la publicidad y la promoción. En solo un año ascendí a gerente de Comunicaciones y Marketing para el Cono Sur, un puesto corporativo bastante inusual para alguien de 26 años recién recibido y exmilitar. Creo que hice un gran trabajo de vinculación, organizando eventos, foros y trayendo a pensadores como Alvin Toffler.

“MI PC DE ESE ENTONCES

ERA UN BICHO DE 4,500

DÓLARES CON UN MONITOR

DE 28 KG”.

- Después fundaste Prince & Cooke, ahora Prince Consulting. ¿Cuál fue la motivación y cómo fueron esos años?

– Estuve en Texas desde fines de 1982 hasta principios de 1989. Me ofrecieron ir a trabajar a Europa como subgerente de Marketing en Francia o coordinar Marketing para Latam desde Miami. A veces me arrepiento de no haber tomado esas oportunidades, pero decidí emprender. Fundé Prince & Cooke junto con un compañero de la universidad, Federico Cooke. Comenzamos en mi departamento de 24 m² en Recoleta. La idea era ser *outsourcers* de marketing para el sector TIC. Yo había participado en la fundación de cámaras como CACE y Cicomra, y estuve muy vinculado con CESSI en la primera exposición y congreso local de software. Hacia 1999 tuve un paso por la Secretaría de Comunicaciones (a cargo de Henocho Aguiar), colaborando en la redacción del Decreto 764 —base de nuestro sistema de

telecomunicaciones— y en la primera misión comercial de software a Estados Unidos. Empecé a involucrarme en políticas de inclusión, alfabetización digital, tecnología y desarrollo, vinculándome con políticos y expertos como Alejandro Piscitelli, Susana Finkelievich y otros pioneros en estos temas. Cuando Cooke se retiró, cambié el nombre a Prince Consulting. Con los años, Jorge Sambartolomeo, Enrique Carrier y otros amigos pasaron por la empresa. Éramos fuertes en investigación de mercado, organización de eventos TIC, y producíamos tres revistas, un programa de TV (*Cybería – Noticiero Informático*) y hasta tuve una columna en radio. Con el tiempo dejé los medios y me enfoqué, tanto en lo personal como desde la consultora, en gobierno electrónico, inclusión y ciudades inteligentes. El aporte de Lucas Jolías -hoy al frente de OS.City y Sovra- fue relevante en esa etapa de trabajo, aprendizaje y disfrute.

- Tu perfil es muy particular, combinando una intensa actividad profesional con una sólida formación académica. ¿Cómo se alimenta esa faceta intelectual?

– Leo y escribo todos los días. Luego de estudiar marketing y cursar maestrías en economía y negocios, obtuve dos doctorados: uno en ciencia política y otro en economía. Hablo mal varios idiomas (incluyendo el español, jaja) y he recorrido unos 80 países, recientemente los Balcanes. Soy

“MIS CHARLAS SOBRE

TECNOLOGÍA A MENUDO

COMIENZAN CON JEROGLÍFICOS

EGIPCIO O BATALLAS DE LA

EDAD DEL BRONCE”.

un ratón de biblioteca que siempre está estudiando algo: últimamente historia de los asirios, antes literatura y arquitectura grecorromana. Uso mucho Coursera, Open-2Study y otras plataformas. Doy clases desde la secundaria; actualmente dirijo programas de posgrado y dicto materias

de grado y posgrado en media docena de universidades. Estudiar, aprender, investigar y compartir es lo que más disfruto, junto a viajar y comer. Me gusta ir hacia atrás en el tiempo para explicar fenómenos actuales. Mis charlas sobre tecnología a menudo comienzan con jeroglíficos egipcios o batallas de la Edad del Bronce. Del arco largo

“CREO QUE NO HAY QUE

FRENAR LA TECNOLOGÍA: ES

IRREVERSIBLE Y NOS OFRECE

UN SALTO COGNITIVO SIN

PRECEDENTES”.

galés a los drones en Ucrania, de la Reforma y la Contrarreforma a la soberanía digital... entre otras locuras o ejercicios intelectuales. No soy un determinista tecnológico, pero me interesan las analogías y explicaciones de los cambios sociopolíticos y económicos del mundo a partir de los cambios tecnológicos.

- ¿Cómo creés que fue cambiando la percepción general de la tecnología en la sociedad?

– Cuando empecé en 1982, la visión era ultra positiva. Se creía que la tecnología iba a solucionarlo todo, que cada punto de penetración de internet haría crecer el PBI exponencialmente, que la gente sería más feliz, más linda y más sana. Luego llegó la burbuja de las puntocom en 2000 y, hacia 2018, se evidenció lo que *The Economist* llamó “techlash” o “technology backlash”. Se empezó a cuestionar el cuasi-monopolio de las grandes empresas tecnológicas, la Web2, el control de los datos, dónde pagan impuestos, su poder político, e incluso a sus líderes: Gates, Zuckerberg y otros. Con la aparición de la IA generativa esta mirada crítica se intensificó. La carta de Sam Altman en 2024, firmada por figuras como Bill Gates, pidiendo frenar la investigación en IA, fue un hito que alimentó la idea de que la tecnología “se nos va de las manos”. Hoy es un elemento inseparable de la

geopolítica: no puede analizarse una sin considerar a la otra.

- ¿Cuáles son las principales preocupaciones actuales en torno a la tecnología?

– Hoy preocupan la dominancia de mercado y las prácticas cuasi monopolísticas de algunas empresas del sector; la dependencia y el desbalance de poder de la mayoría de países frente a las grandes potencias. Algunos intentan establecer soberanía tecnológica, otros disputan la supremacía digital con data centers, IA, computación cuántica, cables submarinos, satélites y, claro, talento. También son graves el uso indebido de datos personales, sea con fines comerciales o de manipulación política, el ciberdelito y la amplificación de discursos de odio en redes. Estamos viviendo una oleada de regulaciones, multas y normativas cada vez más estrictas. Asistimos, además, a la fragmentación de internet y a la disputa por materias primas como el cobalto y las tierras raras. Hemos pasado de una mirada

“AUNQUE TENGO UNA VISIÓN

LIBERAL DE LA POLÍTICA, ACEPTO LA

NECESIDAD DE CIERTA REGULACIÓN

DE ESTE NUEVO LEVIATÁN”.

casi naïf de las TIC a una con tintes negativos. Algunos autores hablan de capitalismo cognitivo, capitalismo de vigilancia, nublismo o incluso tecno-feudalismo digital. Por otro lado, estamos a las puertas de un gran salto cognitivo, con impactos claros en la industria energética, la biomedicina y genética, y la exploración espacial. Puede llamarse punto de singularidad o simplemente crecimiento exponencial del conocimiento, gracias al relevamiento, almacenamiento y procesamiento de datos convertidos en información y conocimiento.

- En este contexto de polarización, ¿dónde te ubicás?

– Me identifico con el concepto de “integrado crítico” de Umberto Eco. Es decir, creo que no hay que frenar la tecnología: es irreversible y nos ofrece un salto cognitivo sin precedentes. A la vez, reconozco que semejante beneficio implica muchas externalidades negativas y resistencia al cambio. Aunque tengo una visión liberal de la política, acepto la necesidad de cierta regulación de este nuevo Leviatán, pero de forma colaborativa y abierta, caso por caso y *ex post*. El foco debe estar en la defensa del consumidor, la defensa de la competencia y, sobre todo, en no hacer un *trade-off* apresurado entre seguridad y libertad.

- ¿Cuál es tu diagnóstico del sector tecnológico en el país?

– Lamentablemente, Argentina, y Latinoamérica en general, está rezagada en materia tecnológica. Argentina representa apenas el 0,5 % de la economía y la población mundial. Para un desarrollo sostenible, la inversión o ventas agregadas del sector deberían superar el 4 o 5 % del PBI; actualmente rondan el 1 %. Tenemos alta penetración y uso de tecnología por parte de la gente, y algunas ventajas en lo satelital y energético. Tener muchos unicornios es positivo, pero de bajo impacto geoestratégico. Necesitamos data centers, conectividad 5G, despliegue de IoT y formación de talento duro (no solo programadores o emprendedores digitales). El parque de PCs y celulares está envejeciendo y las inversiones en infraestructura telco son insuficientes. Argentina, una vez más, se debate entre el pasado y el futuro.

- ¿Cuáles son tus proyectos e intereses hacia el futuro?

– A nivel académico, dirijo junto a Luis Papagni un diplomado en transformación pública digital para capacitar a funcionarios en Argentina, y estamos lanzando otro a nivel latinoamericano. Además, vamos por el tercer tomo de *Transformación Pública Digital en Latinoamérica* (disponible gratis en eamericas.org). Tal vez retome la idea de un programa de streaming, con entrevistas a referentes del sector y espacios de “clases y charlas”, no cursos. Estoy muy enfocado en geopolítica, soberanía digital, economía digital, derechos humanos de quinta generación y hasta en los derechos de los robots (como personas electrónicas o incluso agentes morales). Y, como siempre, intento sostener aquello de reunirme con amigos, disfrutar de la buena comida y viajar.

ABB potencia su presencia en el sector IT con un encuentro clave junto a sus mayoristas



Con el objetivo de continuar creciendo en el mercado IT, ABB Argentina convocó a sus distribuidores mayoristas oficiales –Free, Masnet, Microcom, OCRL y PC ARTS- a un evento exclusivo en sus oficinas de Buenos Aires. La reunión, diseñada para consolidar alianzas y presentar las últimas novedades, representó la visión de ABB de brindar un soporte integral y una estrategia de capilaridad para expandir su alcance a lo largo del país.

Diego Huguet, Account Manager de Power Protection en ABB, enfatizó que la estrategia de distribución de la compañía se basa en la capilaridad, la especialización técnica y una cercanía inquebrantable con el cliente. El objetivo no es solo encontrar distribuidores de productos, sino aliados estratégicos que aporten valor agregado real a través de asesoramiento, integración y soporte técnico. Esta visión se complementa con entrenamientos técnicos y comerciales permanentes, la certificación de canales y un acompañamiento constante en las oportunidades de negocio.

Vanessa Gonzalez, Channel Marketing Specialist Electrification Business en ABB, destacó el propósito de la jornada: no solo presentar la amplia oferta de productos de la marca, sino también fomentar la interacción y el conocimiento mutuo entre los mayoristas, quienes conforman el canal IT exclusivo de ABB. El evento incluyó la presentación del programa de canales, detallando sus beneficios y las herramientas disponibles, además de capacitaciones sobre productos y procesos. La posibilidad de visitar las oficinas de ABB y la interacción directa con el equipo de marketing fueron puntos muy valorados por los asistentes.

El encuentro reafirmó el compromiso de ABB con una estrategia de canal robusta y colaborativa, que busca no solo distribuir productos, sino construir un ecosistema sólido de socios preparados para las demandas del mercado IT. Con la sinergia entre ABB y sus mayoristas, la marca se posiciona para un crecimiento sostenido y una mayor penetración en proyectos de gran envergadura en Argentina.



**RESISTENTE
Y VERSÁTIL
PARA ENTORNOS
EXIGENTES**

f netpointar
@netpointargentina



PROCESADOR
Octa-Core
de 2.0GHz

6GB
de RAM

64GB
almacenamiento



CÁMARA
Trasera
13MP
Frontal
5MP

SCANNER
2D
integrado

**Pantalla
Táctil LCD**
6,5"

BATERÍA
Excepcional
Duración

NuStar65

COLECTOR DE DATOS PORTÁTIL

DISEÑADO PARA ENTORNOS DESAFIANTES

Nuestros clientes avalan su calidad

Conectá con nosotros **¡AHORA!**

Netpoint Argentina | **NETPOINTAR.COM**

Intermaco reunió a sus canales en el primer Huawei eKit Workshop en Buenos Aires

El mayorista IT Intermaco llevó a cabo, junto a Huawei, el primer Huawei eKit Workshop en el Training Center de la marca en Buenos Aires. La convocatoria reunió a más de 40 representantes de canales integradores estratégicos, en una jornada que combinó capacitación técnica, instancias comerciales y dinámicas interactivas.

El encuentro estuvo orientado a dar a conocer en detalle el nuevo portafolio Huawei eKit, diseñado especialmente para el segmento SMB (Small and Medium Business), y marcó un hito en la relación entre Huawei y su ecosistema de canales en Argentina.

Durante la agenda, los asistentes participaron de presentaciones sobre el lineal completo de Huawei eKit, que incluye:

- Access Points Wi-Fi 6 y Wi-Fi 7 para conectividad de última generación.
- Switches PoE de acceso, agregación y multiservicio.
- Routers SMB y gateways, con foco en seguridad y escalabilidad.
- IdeaHub, la solución integral de colaboración interactiva.

El workshop estuvo a cargo de especialistas de Huawei y del equipo de Intermaco, con presentaciones de Federico Borriero, Federico Brest, Santiago Bechara, Nahuel

López y Mariano Coto, quien además ofició como anfitrión.

Interacción y dinámica estilo Shark Tank

Uno de los momentos más destacados fue la actividad “Shark Tank”, donde equipos de canales compitieron presentando casos de uso y propuestas comerciales utilizando las soluciones Huawei eKit. La dinámica permitió poner en práctica lo aprendido, generar intercambio de ideas y premiar a los equipos ganadores.

En diálogo con CanalAR, Mariano Coto, Jefe de Producto en Intermaco, remarcó: “Huawei eKit representa una gran oportunidad de negocio en el segmento SMB, con soluciones competitivas en precio, disponibilidad inmediata y soporte local. Además, Intermaco es el único distribuidor en Argentina que cuenta con ambos lineales de Huawei: eKit y Enterprise (EBG), lo que nos permite acompañar a los canales tanto en proyectos SMB como en implementaciones de gran escala”.

El workshop dejó en claro que Huawei eKit abre nuevas oportunidades para los canales integradores, y que Intermaco está preparado para acompañarlos con capacitaciones, soporte especializado y stock inmediato, consolidando su rol como socio estratégico de Huawei en Argentina.



Elit incorpora a Brother a su portfolio y refuerza su propuesta en impresión

Elit, distribuidor mayorista de tecnología en Argentina, anunció en su Elit Brand Tour 2025 la incorporación de Brother, marca global referente en soluciones de impresión y digitalización, a su portfolio de productos. Esta alianza amplía la oferta para resellers y clientes corporativos, fortaleciendo la categoría de impresión dentro de la compañía.

Macarena Gallego, Category Manager de Impresión en Elit, destacó que la llegada de Brother significa sumar una marca de gran prestigio internacional, con soluciones muy valoradas en el mercado local. Subrayó que el canal contará desde el inicio con impresoras y multifunciones láser e ink tank, dos líneas de gran demanda, y se ampliará la disponibilidad a otros modelos.

Desde la compañía internacional también subrayan la importancia de esta incorporación. Para Damian Infer, Supervisor de Ventas de Brother International Corporation de Argentina, sumarse al portfolio de Elit representa un paso fundamental en la estrategia de crecimiento de la marca en el país. “Elit nos aporta capilaridad, experiencia y una red de distribución sólida que nos permitirá estar más cerca de los clientes en todo el territorio. Retomar esta alianza reafirma nuestro compromiso con el mercado local y con nuestros socios estratégicos”, señaló.

Infer también puso el foco en la respuesta del canal: “Sabemos que los resellers argentinos valoran no solo la calidad del producto, sino también la disponibilidad, el soporte y la rentabilidad. La alianza con Elit nos da la posibilidad de entregar una propuesta integral, con stock asegurado, asesoramiento técnico y acompañamiento en cada instancia de venta. Creemos que esto potenciará la presencia de Brother en segmentos clave como pymes y corporativos”.

Gallego coincidió en que esta integración es una oportunidad para el canal. “Brother tiene un diferencial en la confiabilidad de sus equipos, en la calidad de impresión y



Macarena Gallego, Category Manager de Impresión en Elit.

en los costos de operación. Además, comparte con nosotros una visión de largo plazo en la relación con clientes y resellers, lo cual garantiza continuidad y soporte. Estamos convencidos de que es un paso que fortalece a toda la cadena de valor”, remarcó.

Brother pondrá a disposición de los clientes de Elit impresoras, multifunciones y consumibles de alto rendimiento, con un diferencial basado en la confiabilidad, el bajo costo operativo y la filosofía de cercanía de la marca. Infer lo resumió así: “Nuestro objetivo es que cada reseller y cada empresa accedan a productos que combinan calidad, soporte y eficiencia, siempre alineados a las nuevas tendencias de conectividad, sostenibilidad y digitalización inteligente”.



Damian Infer, Supervisor de Ventas de Brother International Corporation de Argentina.



**RODRIGO CETRÁNGOLO,
nuevo BDM PARA
HP POLY en Ceven**

Rodrigo Cetrángolo se suma a Ceven como nuevo BDM de HP Poly

El mayorista IT Ceven continúa consolidando su estrategia de crecimiento con una incorporación de peso: Rodrigo Cetrángolo, referente en la industria audiovisual y IT, asumió como nuevo BDM para HP Poly. Con una trayectoria de más de dos décadas en el sector, su llegada representa un movimiento estratégico no solo para la compañía, sino también para el mercado argentino, donde la marca busca expandir su posicionamiento con un distribuidor de valor agregado.

La experiencia de Cetrángolo en el desarrollo de negocios, la relación con partners y clientes finales, y su profundo conocimiento de las soluciones de HP Poly le otorgan a Ceven un diferencial clave en un momento donde la demanda por entornos híbridos de trabajo y salas de colaboración inteligentes sigue en expansión. CanalAR dialogó sobre este y otros temas con Cetrángolo.

- ¿Cómo resumirías tu recorrido profesional en el sector?

- Cuento con 20 años de experiencia en el mundo audiovisual. Mi carrera comenzó en un partner A/V, lo que me permitió adentrarme en este universo y conocer diferentes tipos de integraciones y marcas, entre ellas HP Poly. Más adelante me incorporé a la compañía, primero como Inside Sales para Cono Sur y luego como BDM para Argentina. Ese recorrido me permitió construir un vínculo sólido con clientes finales, partners y distribuidores, lo que potenció mucho mi perfil profesional.

- ¿Qué factores te motivaron a integrarte al equipo de Ceven?

- Tuve la oportunidad de trabajar previamente con Ceven y comprobé la gran sinergia que logramos. Me sorprendió su fuerte apuesta por HP Poly y el crecimiento sostenido que consiguieron. Es una compañía con un ADN orientado al cambio y la superación, y con un equipo humano de gran calidad. Eso me dio la seguridad de que podemos desarrollar un enorme potencial en el mercado corporativo.

- En este nuevo rol, ¿qué soluciones de HP Poly buscás potenciar dentro de la propuesta de Ceven?

- El objetivo es construir un modelo de negocio sólido, que combine un portafolio amplio con servicios de valor como preventa, capacitaciones e inducciones técnicas. Las soluciones de HP Poly deben estar en el escenario correcto, resolviendo de manera efectiva las necesidades del cliente. Desde Ceven trabajaremos para que eso suceda, acompañando a los partners en todo el proceso.

- ¿Cómo analizás el mercado actual en el que participa la marca en Argentina?

- Veo muchísimas oportunidades. Muchas empresas han retomado la presencialidad, y eso abre la posibilidad de reequipar salas de videoconferencia que hoy están satura-

“MUCHAS EMPRESAS HAN RETOMADO

LA PRESENCIALIDAD, Y ESO ABRE LA

POSIBILIDAD DE REEQUIPAR SALAS

DE VIDEOCONFERENCIA”.

das o subutilizadas. A la vez, el trabajo remoto sigue siendo clave, pero muchos usuarios aún enfrentan interrupciones constantes. La tecnología de HP Poly puede transformar esa experiencia, garantizando entornos de trabajo híbrido mucho más eficientes y profesionales.

- ¿Cuáles son las metas inmediatas de Ceven y cómo proyectan el futuro?

- Nuestro objetivo es consolidar nuestra posición como un distribuidor de valor agregado. Para eso, trabajamos codo a codo con los clientes, ofrecemos pruebas de concepto en nuestras oficinas, aseguramos tiempos de respuesta ágiles y mantenemos stock disponible que respalde los negocios del canal. En lo que queda del año seguiremos consolidando esta estrategia, y de cara a 2026 nos preparamos para ampliar aún más las oportunidades junto a nuestros partners.

LOL Partner Exchange: Licencias OnLine cerró su roadshow regional con más de 700 partners



Licencias OnLine, uno de los mayoristas de valor agregado más importantes de la región, culminó con éxito la séptima edición de su tradicional gira LOL Partner Exchange, que este año reunió a más de 700 partners y 20 marcas estratégicas en nueve países de Latinoamérica. Bajo el lema “Inspiring Changes, building Smart Opportunities” (Inspirar el cambio, creando oportunidades inteligentes), el evento se consolidó como un espacio de networking y de intercambio de conocimiento enfocado en el presente y el futuro del negocio tecnológico.

La Inteligencia Artificial generativa y los modelos híbridos atravesaron las principales charlas y debates, marcando un eje transversal en todas las jornadas. Los participantes pudieron acceder a insights estratégicos, conectar con otros líderes de la industria y explorar casos de uso que muestran cómo estas tecnologías están transformando el mercado.

En total, la gira reunió a cerca de 1.000 asistentes, consolidando a Licencias OnLine como un actor clave en la di-

namización del ecosistema de partners en Latinoamérica.

Durante la gira, Carolina Losada, CEO de Licencias OnLine, remarcó la importancia de la cercanía con los socios de negocio: “Estos encuentros buscan no solo contarles dónde estamos, qué visión tenemos, qué dicen nuestras alianzas, sino también conversar, acercarnos y escuchar qué es lo que necesitan de nosotros”.

El enfoque en LOL Smart Partnerships, la estrategia que promueve la colaboración y el crecimiento conjunto, fue señalado como uno de los diferenciales del evento, que incluso abrió espacio para que compañías competidoras pudieran encontrar puntos en común y desarrollar soluciones integradas.

Con esta séptima edición, el LOL Partner Exchange reafirma su papel como un evento regional de referencia, donde la innovación, la transformación digital y la construcción de oportunidades inteligentes se convierten en protagonistas.

Arkham: la nueva apuesta gamer de Air Computers

Air Computers presentó Arkham, su flamante línea gamer que busca marcar un antes y un después en el mercado argentino de hardware. Con esta marca propia, el mayorista apunta a ofrecer una propuesta que combine rendimiento competitivo, estética de vanguardia y precios accesibles, pensando especialmente en el público local.

“La decisión de lanzar Arkham surge de una necesidad estratégica: posicionarnos en el mercado argentino con una marca propia que combine rendimiento, estética gamer y accesibilidad”, explicó Joshua Blanco, Product Manager de Air Computers.

Una propuesta diferenciadora

Arkham se distingue por ofrecer productos que no solo cumplen con los estándares del gaming moderno, sino que también los superan en relación precio–prestaciones. En su primera etapa, la familia incluye dos modelos de monitores y seis gabinetes, diseñados en conjunto con proveedores internacionales y probados exhaustivamente para garantizar competitividad, durabilidad y estilo.

Los monitores Arkham ofrecen paneles IPS de alta velocidad, resoluciones QHD, tiempos de respuesta de 1ms, compatibilidad con FreeSync y frecuencias de actualización de hasta 320Hz. Todo esto con un precio más ajustado que el de marcas reconocidas, sin resignar calidad.

En cuanto a los gabinetes, se destacan por su estética



gamer: incorporan hasta 10 ventiladores ARGB, controladoras con mando remoto y diseños que elevan el nivel visual de cualquier setup.

La línea apunta

principalmente a gamers competitivos y entusiastas, aunque también incluye opciones accesibles para jugadores casuales. “Queremos que Arkham brinde una experiencia fluida y visualmente atractiva, con características que respondan a las exigencias del gaming moderno”, agrega Blanco.



El enfoque inicial fue comenzar con una base sólida, pero el proyecto no se detiene. Ya se sumaron nuevos modelos de monitores y gabinetes, y antes de fin de año llegarán las fuentes Arkham de 650W y 750W certificadas Gold, en alianza con XPG. A mediano plazo, la marca planea expandirse a más categorías gamer.

Identidad gamer con sello local

Air Computers proyecta a Arkham como una marca estratégica dentro de su portafolio, con la mira puesta en consolidarse en eventos como Tecnofields y Pulso IT, y con fuerte presencia en canales especializados de todo el país.

“La idea es que Arkham se convierta en un referente local del gaming, con identidad propia y proyección nacional”, resumió Blanco.

Con Arkham, Air Computers reafirma su compromiso con la innovación y acerca al mercado argentino una propuesta que combina potencia, diseño y accesibilidad para todos los gamers.



¿Cómo Netpoint consolidó a 3nStar en Argentina?

La historia de 3nStar en Argentina es un claro ejemplo de cómo una alianza estratégica, liderada por el mayorista IT Netpoint Argentina, no solo introduce productos, sino que construye un ecosistema sólido, desarrolla mercados verticales y posiciona a la marca como un referente indiscutido. En diálogo con CanalAR, Pablo Seltzer, CEO de Netpoint Argentina, reflexiona sobre esta trayectoria: “Desde el principio, entendimos que para que 3nStar tuviera éxito en Argentina, debíamos ser un socio estratégico, no solo un proveedor. Eso implica entender las necesidades reales de los canales y sus clientes finales, desarrollar soluciones específicas y ofrecer un respaldo técnico y comercial que marque la diferencia”.

Este compromiso se materializa en una estrategia de especialización por verticales, donde Netpoint supo identificar y potenciar las fortalezas del portfolio de 3nStar para resolver problemas concretos en sectores clave. Lejos de una estrategia masiva, la alianza entre Netpoint y 3nStar se ha caracterizado por su enfoque en distintos mercados:

- **Liderazgo en el sector Farmacéutico:** Un caso destacado es la provisión de una solución integral a la cadena FarmaTodo, a través de resellers especializados. Este proyecto incluyó la implementación de terminales All-in-One PTE0912, cajones de dinero, scanners SC504 y displays para clientes PDL110. “Este tipo de despliegue demuestra nuestra capacidad para armar soluciones completas que resuelven las necesidades de punta a punta de un cliente tan exigente como el farmacéutico, donde la eficiencia y la confiabilidad no son negociables”, comenta Seltzer.

- **Revolución en Hospitalidad y Retail:** Netpoint ha impulsado una completa línea de terminales POS. Las robustas terminales con Windows, como los modelos PTE0120 y PTE0211, se posicionaron como la opción ideal para el retail especializado que requiere alta integración con sistemas ERP. Por otro lado, las terminales con Android, como las PTA0140 y PTA0130, ofrecieron la agilidad y la interfaz intuitiva que el sector de hospitalidad demandaba para optimizar la gestión de comandas y mesas.

- **Eficiencia en Logística e Industria:** El trabajo del mayorista también se extendió al exigente sector industrial. Mediante la promoción de impresoras de etiquetas como las 3nStar LTT334



Pablo Seltzer, CEO de Netpoint Argentina.

y LTT644, Netpoint ha permitido a empresas optimizar sus procesos de trazabilidad y gestión de inventarios. Casos como el de Larocca Neumáticos demuestran cómo esta tecnología redujo errores en un 85% y mejoró los tiempos de identificación de productos en un 40%.

Quizás el mayor distintivo del trabajo de Netpoint ha sido su capacidad para adaptar la tecnología global a las necesidades locales. Un ejemplo es el desarrollo local para la terminal de datos 3nStar NuStar 65. Esta innovación permite la extracción inteligente de datos de códigos Datamatrix, un requisito fundamental para la trazabilidad en la industria farmacéutica, integrándose directamente con sistemas como SAP.

“Desde Netpoint entendemos que la tecnología tiene que estar al servicio de los procesos reales de las empresas”, señala Seltzer. “Este tipo de desarrollos, diseñados en Argentina para el mundo, acortan la brecha entre el hardware y el software y demuestran nuestro compromiso a largo plazo”.



Nuevo Sistema POS All-in-One 3nStar Serie P7.

Samsung presentó en IFA 2025 su visión de “AI Home”

En IFA 2025, celebrada en Berlín, Samsung Electronics exhibió su propuesta “AI Home: Future Living, Now”, una apuesta que trasladó la IA del terreno conceptual a experiencias domésticas reales y accesibles. La compañía sostuvo que no se trató sólo de imaginar el futuro de la IA, sino de incorporarlo a la vida cotidiana para que la tecnología trabajara en segundo plano y las personas vivieran más plenamente. Según la investigación presentada por Samsung, el 66% de los consumidores encuentra atractiva la idea de un hogar habilitado por IA y muchos esperan simplificar tareas diarias y tener mayor control vía teléfono o comandos de voz. Para responder a esa demanda, AI Home integró rutinas automatizadas a través de SmartThings, que permitieron regular iluminación, temperatura y sincronizar persianas con el clima para una experiencia de uso más fluida.

La propuesta también puso el foco en el bienestar familiar: Samsung destacó que la casa sigue siendo un santuario para la mayoría y un espacio de encuentro para las familias, por lo que incluyó funciones como chequeos de salud, ajustes personalizados del sueño y planificación nutricional.

La eficiencia energética emerge como uno de los beneficios más buscados: Samsung afirmó que el 66% de los usuarios cree que la IA puede ayudar a reducir costos. Con SmartThings Energy, Samsung informa que el consumo energético de ciertos ciclos de lavado puede reducirse hasta un 70%, generando ahorros medibles. En materia de seguridad, la compañía reforzó su apuesta con Knox Vault para proteger datos sensibles a nivel de hardware y con Knox Matrix para ampliar la protección en todo el ecosistema conectado.

La línea Bespoke AI introduce mejoras en los electrodomésticos: el Jet Bot Steam Ultra mejora su reconocimiento de objetos e incluso detecta líquidos transparentes; la AI Washer optimiza el lavado y supera por margen los umbrales de eficiencia energética; y la AI Dishwasher ajusta ciclos según la suciedad y acelera el secado con apertura automática de puerta. Además, un Extractor Induction Hob integra extractor e inducción para maximizar el espacio de cocina.

En el terreno audiovisual, Vision AI se expandió hacia



Cheolgi Kim (CK), Executive Vice President y Head of Digital Appliances (DA) Business en Samsung.

pantallas de gran formato y experiencias más inmersivas: Samsung presentó un Micro RGB de 115” con calidad cinematográfica y The Movingstyle, un televisor portátil con batería y capacidades adaptativas de IA, junto con nuevos sistemas de audio portátil como el Sound Tower.

Samsung informó que Galaxy AI, iniciado en la serie S24, busca democratizar sus funciones y que, para fines de 2025, la compañía pretende llevar la experiencia a más de 400 millones de dispositivos. La exhibición incluyó una instalación de arte digital creada con el artista Maotik, proyectada en una fachada digital de 50 metros que, bajo la temática del viento, simbolizó cómo los flujos de datos impulsados por IA podían traducirse en experiencias humanas y estéticas.

En conjunto, la presentación de Samsung en IFA 2025 buscó mostrar que la idea de un hogar inteligente gobernado por IA dejó de ser una promesa lejana.



Samsung Jet Bot Steam Ultra.

IA como copiloto: por qué necesitamos gobiernos que la usen, no ministros que la sean



Escribe

Ivan Gauna

CEO y Cofundador de Ethix

La noticia de que Albania nombró a Diella, una inteligencia artificial, como ministra contra la corrupción recorrió el mundo. En apariencia, es un hecho que roza lo futurista, incluso lo distópico: un país cediendo a un algoritmo una de las áreas más sensibles del poder político.

Pero lo que realmente se pone en juego aquí no es el reemplazo de la política por la tecnología, sino la redefinición de cómo usamos la inteligencia artificial en los asuntos públicos.

En Ethix hemos aprendido algo central trabajando con municipios, provincias y organismos públicos en toda la Argentina: la IA no viene a sustituir a los líderes, viene a potenciarlos. Puede redactar pliegos en horas en lugar de semanas, validar normativas en minutos y detectar riesgos de corrupción de manera objetiva.

Esa es eficiencia real, medible, con impacto directo en cómo se gestio-

na el presupuesto público.

Sin embargo, hay un límite que ningún algoritmo puede atravesar: la legitimidad frente a la ciudadanía. La sensibilidad política, el criterio humano y la rendición de cuentas son irremplazables. La IA puede ayudar, ordenar y acelerar, pero la decisión final debe quedar siempre en manos de personas responsables.

El gran riesgo de iniciativas como la de Albania no está en la IA en sí, sino en confundir su rol. Si se le asigna poder político, corremos el peligro de deshumanizar la gestión y trasladar la responsabilidad democrática a una "caja negra" algorítmica.

Pero si la usamos como copiloto, como ya lo están haciendo algunos gobiernos locales en Argentina, la historia cambia: la IA se convierte en una herramienta para construir transparencia, trazabilidad y confianza.

La tecnología no es mágica ni suficiente por sí sola. Implementarla requiere un cambio cultural y, sobre todo, una apuesta política: la de animarse a transformar procesos que llevan décadas funcionando igual.

No es casual que muchos equipos de compras o de administración pública encuentren más difícil cambiar la cultura que entrenar al algoritmo.

La experiencia internacional, como la de Albania, nos abre preguntas urgentes. ¿Estamos preparados para delegar el poder en una IA? ¿O debemos enfocarnos en construir gobiernos más transparentes, rápidos y confiables con la tecnología como aliada?

Desde Ethix creemos que el futuro está en esa segunda opción. La IA puede ser la mejor copiloto que haya tenido nunca el sector público, pero nunca debería ser quien maneje el volante.

48 resellers competirán en la Brother Cup 2026 para viajar al Mundial



Cada vez falta menos para el próximo Mundial de Fútbol y Brother Argentina ya empezó a palparlo con una propuesta innovadora para su canal. La compañía presentó oficialmente “Brother Cup 2026”, un programa de incentivos exclusivo que premiará a los resellers con la posibilidad de ganar un viaje al Mundial 2026.

El lanzamiento se realizó el pasado 12 de septiembre en el estadio Diego Armando Maradona de Argentinos Juniors y convocó a 48 resellers, quienes competirán divididos en 4 grupos.

Durante el programa, que tendrá una duración de seis meses, las compras de impresoras, multifunciones, insumos y escáneres de Brother sumarán “goles”. Los resellers que más goles consigan pasarán de ronda y, además, cada gol equivaldrá a un dólar en rebate, acreditado en el distribuidor donde se haya realizado la compra.

La dinámica se desarrollará en distintas fases:

- Etapa inicial: 48 resellers compiten en 4 grupos de 12. Pasarán a la etapa final los 5 con mayor puntaje de cada grupo.
- Etapas siguientes: Los goles vuelven a cero y los 20 clasificados competirán por llegar a la gran final.

Finalmente, los 3 resellers ganadores obtendrán un viaje al Mundial 2026, con un paquete premium que incluye experiencias exclusivas y entradas para partidos de la fase de grupos, además de otros beneficios especiales.

Con este programa, Brother refuerza su cercanía con el canal de distribución y ventas. Tal como expresa su lema “At your side”, la compañía se posiciona como un socio estratégico para empresas y negocios que buscan soluciones personalizadas y productos de alta calidad, respaldados por más de 110 años de historia, tecnología japonesa propia y una fuerte presencia local a través de más de 50 centros de servicios técnicos distribuidos en todo el país.

Más empleo, mayor facturación y mejores salarios en la industria del software, según CESSI

La industria del software en Argentina cerró 2024 con un desempeño récord: más empleo, mayor facturación, mejores salarios y un fuerte impacto en la transformación digital de todos los sectores económicos.

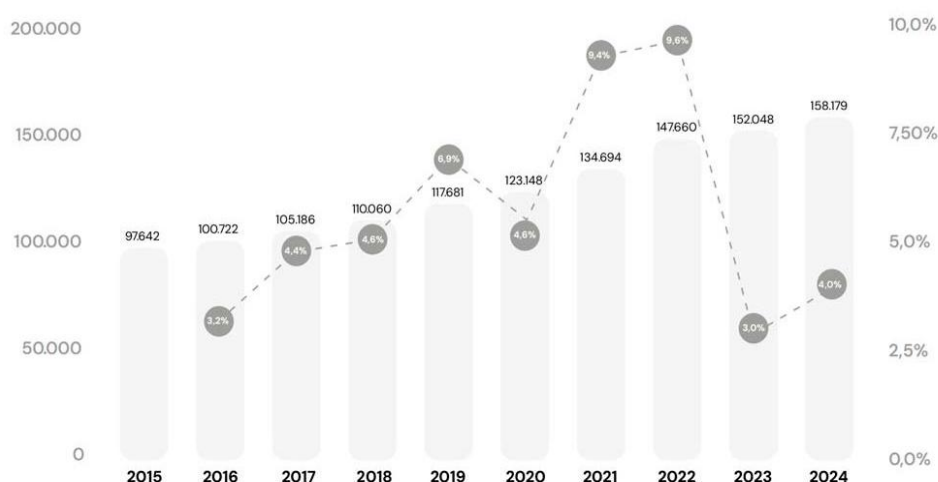
La Cámara de la Industria Argentina del Software (CESSI) presentó la actualización del Informe del Observatorio Permanente de la Industria del Software y Servicios Informáticos (OPSSI), que confirma el rol estratégico del sector en la economía nacional y su creciente protagonismo en el escenario internacional.

Durante 2024, la facturación del sector alcanzó USD 22.221 millones, lo que representa un crecimiento interanual del 13,1%. El dinamismo estuvo impulsado por la venta de licencias de software (30% de la facturación), los servicios gestionados (28,2%) y el desarrollo de plataformas (25,4%). Entre los principales clientes se destacan el sector financiero, con el 19,4% de la demanda, y el sector público, con el 11,7%.

En términos de empleo, la industria generó 6.131 nuevos puestos de trabajo, alcanzando un total de 158.179 empleos registrados. Este crecimiento representa un 64% en la última década, consolidando al software como uno de los motores más dinámicos de la economía argentina. Además, la participación femenina alcanzó un récord del 35,4%, casi 10 puntos más que en 2018, lo que refleja un cambio cultural hacia una mayor diversidad e inclusión.

“El software argentino es hoy un motor de innovación y competitividad. No solo aporta divisas y empleo de calidad,

Cantidad de empleos registrados en Software y su variación interanual (%) – 2015 a 2024



sino que además contribuye a transformar digitalmente a todas las industrias del país”, destacó Pablo Fiuza, presidente de CESSI.

Uno de los datos más destacados del informe es la evolución salarial. En el primer trimestre de 2025, el salario promedio del sector fue de \$2.725.272, lo que

implica un incremento del 17,9% respecto de diciembre de 2024 y un 111% interanual, superando la inflación y duplicando al promedio del sector privado en general.

Medido en dólares oficiales, el salario creció un 68% en el último año. Además, el 42% de las empresas otorgan bonos remunerativos, en muchos casos equivalentes a un sueldo anual, lo que fortalece la retención del talento y la competitividad.

La rotación de personal descendió a un 20% en 2024, la mitad de los niveles registrados hace tres años, con una deserción efectiva del 12%. Esto refleja mayor estabilidad en los equipos de trabajo.

En cuanto a la presencialidad, los esquemas mixtos predominan en empresas medianas y grandes, mientras que las más pequeñas tienden a mantener modalidades remotas. El 55% de las firmas no planea cambios, aunque un 38% evalúa reducir la presencialidad a dos o tres días semanales.

El 83% de las empresas espera incrementar sus ventas, mientras que el 63% de las exportadoras proyecta mayores ventas al exterior. Además, un 60% planea sumar personal, lo que anticipa un nuevo ciclo de expansión.

CABASE: “Los ISPs de Argentina están consolidando un nuevo estándar de conectividad”

La Cámara Argentina de Internet (CABASE) presentó la última edición del CABASE Internet Index, informe que revela el estado de la conectividad en el país. El estudio mostró que el 37,64% de los hogares con conexión fija ya dispone de velocidades superiores a 100 Mbps y un 15,39% supera los 300 Mbps, marcando un avance significativo en la calidad del servicio.

Según el relevamiento, el 23,54% de los hogares cuenta con conexiones entre 50 y 100 Mbps, mientras que un 14,79% se ubica en el rango de 20 a 50 Mbps. En el otro extremo, cerca de un cuarto de los hogares aún navega con menos de 20 Mbps, donde un 14,32% accede a velocidades de entre 6 y 20 Mbps y un 9,72% con menos de 6 Mbps.

El presidente de CABASE, Ariel Graizer, destacó: “Con más del 60% de los hogares con velocidades superiores a los 50 Mbps, y cerca del 40% con conexiones de más de 100 Mbps, podemos decir que los ISPs de Argentina están consolidando un nuevo estándar de conectividad en el país”.

El informe muestra que el 73% de los hogares con internet fijo tiene al menos un proveedor de fibra óptica en su zona, lo que representa un crecimiento de 4 puntos porcentuales respecto a 2024. Además, el 52,5% de los hogares en CABA, Mendoza, Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba ya accede a internet a través de fibra óptica, consolidando esta tecnología como el principal medio de acceso.

Graizer subrayó que el despliegue de fibra se mantiene gracias a más de 1.500 operadores, PyMEs y cooperativas, que continúan invirtiendo en infraestructura incluso en un contexto económico adverso.

El costo sigue siendo un factor determinante: el 54% de los usuarios no contrata mayor velocidad por considerarla cara, mientras que el 18% afirma que no necesita una conexión más rápida y un 11% sostiene que no tiene proveedores con mayor velocidad en su área.



Ariel Graizer, presidente de CABASE.

El precio promedio del servicio de internet fijo es de \$35.603 mensuales, lo que representa el 3% del ingreso promedio por hogar. Si bien la cifra bajó un punto porcentual respecto a 2024, Graizer advirtió que “no es suficiente si queremos llegar a conectar al 100% de los hogares”.

Otro aspecto del informe es el uso de plataformas ilegales: el 63% de los hogares argentinos consume contenidos a través de sitios pirata. Entre los más buscados figuran películas (85%), series (77%) y deportes (63%).

Las principales razones incluyen el costo de los servicios legales, la falta de disponibilidad de estrenos y la ausencia de determinados contenidos en el país. CABASE advirtió que estas prácticas implican riesgos para los usuarios, como fraudes, robo de datos y hackeo de dispositivos.

El CABASE Internet Index deja en evidencia un avance en la calidad de la conectividad en Argentina, con un crecimiento sostenido de la fibra óptica y velocidades cada vez más altas en los hogares. Sin embargo, también señala desafíos pendientes en materia de asequibilidad y acceso universal, además de la necesidad de combatir la piratería digital que afecta tanto a la industria como a los usuarios.

Más allá del código: el programador como tomador de decisiones en tiempos de IA



Escribe

Ariel Bensussán

Solution Architect de Baufest

El Día del Programador no es una efeméride cualquiera: se celebra el día 256 del año (13 de septiembre) como un guiño al corazón binario de la informática, ya que es precisamente ese número el máximo que puede representarse en un byte. La fecha nació en Rusia y en 2009, el entonces presidente ruso Dmitri Medvédev firmó el decreto que la oficializó como homenaje global.

Este año la celebración llega con una pregunta urgente: ¿qué lugar ocupa hoy el programador cuando los modelos de IA ya pueden generar, probar e incluso mejorar el código? Esa inquietud, que hasta hace poco parecía futurista, hoy es palpable e incluso, muchos temen que la IA reemplace al programador. Sin embargo, la realidad es muy distinta, porque lo que está haciendo esta tecnología es liberar su tiempo y energía de tareas repetitivas, permitiendo que los desarrolladores se concentren en lo que realmente agrega valor: diseñar soluciones digitales, innovar en productos digitales y resolver los problemas más complejos del negocio.

Sin duda, estamos ante una revolución silenciosa en el código. La llegada de la IA

está redefiniendo el oficio del programador. Hasta hace pocos años, escribir código era un proceso bastante más desafiante: aprender un lenguaje desde cero, pasar horas investigando soluciones y crear cada línea casi como si fuera una obra personal. Hoy, en cambio, el programador se parece más a un piloto de avión moderno: sigue al mando, pero asistido por un conjunto de sistemas avanzados que automatizan tareas, sugieren rutas y hacen que la navegación sea mucho más eficiente que en los tiempos del piloto que miraba hacia el costado por la ventanilla para orientarse en los cielos.

Esa analogía refleja cómo la IA se ha convertido en un copiloto poderoso. Permite trabajar en lenguajes desconocidos, resolver problemas con mayor velocidad y explorar posibilidades que antes parecían imposibles. Pero con ese poder, llega también una gran responsabilidad: hoy no basta con aceptar de manera automática lo que propone un modelo, sino que el rol del programador se expande hacia un curador de soluciones, alguien que valida, ajusta y da sentido a lo que la IA sugiere y lo integra dentro de la solución completa que se está construyendo.

Ante este panorama, el programador tiene que dejar de ser visto como el que “escribía” software línea por línea, enfrentándose a maratones de código y pruebas infinitas. Ahora, apoyado de herramientas como GitHub Copilot, y modelos avanzados como Gemini, Claude o GPT de OpenIA, se gesta una colaboración constante entre el talento

humano y algoritmos.

En ese sentido, concuerdo con Bill Gates, quien insiste en que la IA es un asistente formidable, no un sustituto. En su visión, la programación sigue siendo alfabetización esencial del siglo XXI, porque define cómo se articulan datos, procesos y decisiones. Su frase lo resume, “los programadores no serán reemplazados, sino potenciados por la IA”.

Diversos estudios han comenzado a medir el verdadero impacto de la IA en el trabajo de los desarrolladores. Uno de ellos es el informe *Measuring GitHub Copilot's Impact on Productivity*, el cual muestra que, en entornos controlados, el uso de asistentes de código permite completar tareas hasta un 50% más rápido, lo que sugiere un salto tangible en eficiencia y productividad. Considerando esta cifra, y que otros informes discrepan sobre este porcentaje, en Baufest proyectamos un rango de referencia más razonable: una mejora promedio de la productividad de los developers de entre el 20% y 30%.

El Día del Programador, entonces, no celebra únicamente la destreza técnica, sino la capacidad de decidir qué problemas vale la pena resolver y cómo hacerlo con propósito. La IA puede dictar el “cómo”, pero el “para qué” sigue estando en manos humanas, reafirmando a la programación como una profesión en evolución constante y con nuevas oportunidades por descubrir.

Leé el artículo completo en CanalAR.

Epidata lanza Aprender a Aprender con IA, para capacitar gratis a más de 20.000 personas



Adrián Anacleto, CEO y fundador de Epidata.

Epidata, empresa líder en outsourcing de innovación y desarrollo de software, anunció el lanzamiento de “Aprender a Aprender con IA”, un programa de capacitación gratuita y online que busca formar a más de 20.000 personas en inteligencia artificial y habilidades digitales blandas.

La iniciativa, que ya abrió su inscripción en epidata.net, apunta a mejorar la empleabilidad de los participantes, ayudándolos a conseguir su primer trabajo o a potenciar su desarrollo profesional.

“Estamos convencidos del poder que tiene la educación para transformar vidas, y aún más del impacto que genera el conocimiento tecnológico en el futuro de las personas”, dijo Adrián Anacleto, CEO y fundador de Epidata. “La inteligencia artificial está cambiando todos los ámbitos, pero existe una gran brecha en el acceso al conocimiento sobre ella. Con este programa buscamos achicar esa brecha y generar un impacto social real”, agregó.

El plan de formación contempla siete módulos correlativos, dictados mediante plataformas de e-learning y sesiones en streaming privado. Como diferencial, los

contenidos fueron diseñados en colaboración con la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la UBA (FCEyN), garantizando la calidad académica y pedagógica de cada instancia.

“Aprender a Aprender con IA” está orientado a estudiantes, jóvenes profesionales, emprendedores y la llamada generación silver (+50 años). Su carácter 100% online permitirá llegar a miles de personas en toda Latinoamérica y en países de habla hispana.

Además de la formación, el programa tiene un foco fuerte en la inserción laboral. Epidata convocó a su ecosistema de clientes y socios estratégicos para integrar bolsas de empleo y ofrecer oportunidades a los egresados.

“Una pasantía, una práctica remunerada o una posición junior le cambian la vida a una persona”, afirmó Anacleto. “Nuestra propuesta más fuerte es generar empleo y por eso llamamos a nuestros partners y clientes a apoyar a los egresados contratándolos. Queremos contagiar estas ganas de acercar el conocimiento a todos con acciones concretas, más allá de una formación académica”.

Argentina presentó el primer agente de IA del Estado nacional, de la mano de Botmaker y Meta



La Secretaría de Innovación, Ciencia y Tecnología (SICyT), junto con Botmaker y Meta, presentó oficialmente a MIA (Modelo de Inteligencia Artificial), el primer agente de IA desarrollado para el Estado nacional. El lanzamiento se realizó en el Centro Cultural de la Ciencia, con la participación del secretario Darío Genua, el subsecretario de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, César Gazzo Huck, y representantes de empresas del sector tecnológico.

MIA es la evolución de TINA, el chatbot oficial del Estado que hoy integra a 72 organismos nacionales y acompaña a la ciudadanía en más de 600 trámites y consultas. Cada mes gestiona en promedio 1,5 millones de conversaciones, evitando la saturación de la mesa de ayuda y facilitando gestiones durante las 24 horas, los 365 días del año.

Con la incorporación de inteligencia artificial generativa, MIA ofrece respuestas más rápidas, personalizadas y eficientes, convirtiéndose en un nuevo hito de modernización del Estado. En su primera etapa, MIA está orientada a emprendedores, pymes y los 26 millones de usuarios de la app Mi Argentina. Entre sus funcionalidades iniciales, permitirá agilizar la constitución de negocios, orientar en procesos de exportación y

facilitar el acceso a trámites y servicios del Estado.

El nuevo agente ya está disponible en WhatsApp (+54 11 3910 1010), a través de la App Mi Argentina y del portal oficial argentina.gob.ar.

El desarrollo de MIA se realizó sobre Llama 4, el modelo de inteligencia artificial de código abierto de Meta. Según la SICyT, esta elección garantiza velocidad, bajos costos operativos, transparencia y adaptabilidad, además de asegurar la gestión local y segura de datos, un aspecto clave en sectores regulados.

Alejandro Zuzenberg, cofundador de Botmaker, destacó que MIA fue diseñada con “énfasis en la seguridad, la escalabilidad y la privacidad, priorizando un modelo de innovación responsable que puede replicarse en toda la región”.

Por su parte, María Julia Díaz Ardaya, directora de Políticas Públicas de Meta para Sudamérica, señaló que este proyecto demuestra “los beneficios de una IA open source, que permite desarrollos más rápidos, económicos y seguros, con impacto directo en la ciudadanía”.

Cuatro municipios cordobeses compartieron sus experiencias en la Tech Week



Las intendentas de Marcos Juárez y Colonia Caroya, y los de Morteros y Arroyito, participaron del panel “Experiencias locales en govtech” durante la nueva edición del Córdoba Tech Week. Con acciones que priorizan la aplicación de tecnología e innovación, estos municipios ofrecen mejoras y accesibilidad en los servicios gubernamentales. El encuentro tuvo lugar en el Centro de Convenciones Córdoba, bajo la organización del Cluster Córdoba. Año tras año, este evento se afianza como un espacio que reúne a emprendedores, empresas y organizaciones locales, nacionales e internacionales para explorar novedades en tecnología y Economía del Conocimiento.

Durante la segunda jornada, el panel de experiencias locales estuvo moderado por Gabriel Roberi, secretario de Gobierno Abierto del Ministerio de Gobierno. Allí, los jefes comunales compartieron iniciativas con un objetivo en común: mejorar las prestaciones a los vecinos. En el caso de Arroyito, el intendente Gustavo Benedetti destacó la digitalización de trámites administrativos y la modernización del sistema de salud. “A través de plataformas que unifican datos de pacientes, pudimos organizar el stock de medicamentos, conectar los cuatro centros de salud periféricos con la historia clínica digital y sumar un turnero online, facilitando la gestión para el vecino”, señaló.

Desde Colonia Caroya, la intendenta Paola Nanini remarcó la apuesta por un gobierno abierto y entre las acciones mencionó el presupuesto participativo para adultos mayores y la posibilidad de sacar turnos de trámites mediante el CIDI, beneficiando especialmente a la población rural. “Estas medidas prosperaron porque, en paralelo, avanzamos con la educación digital”, aseguró. Por su parte, Marcos Juárez implementó soluciones vinculadas a su actividad principal: la agroindustria. La intendenta Sara Majorel explicó que una startup local creó una aplicación para controlar las aplicaciones de fitosanitarios en el periurbano. “El sistema permite que el productor cargue su pedido y que inspectores municipales lo aprueben según clima, deriva, horarios y cercanía a barrios, garantizando el cumplimiento de la Ley de Ambiente”, detalló. En Morteros, el intendente Sebastián Demarchi presentó la automatización de los marcadores de niveles de agua potable, en conjunto con la Cooperativa local. “La innovación nos permite tomar decisiones desde el gobierno y, además, cada usuario accede en tiempo real a su consumo y recomendaciones para cuidar el agua”, subrayó.

Los municipios coincidieron en que el desafío es profundizar en la implementación de tecnología e innovación, con el fin de brindar mayor transparencia, trazabilidad y servicios accesibles.

