

canal

www.canal-ar.com.ar

AR

Ed. 01 / Sep.24



SATYA NADELLA
EN COLOMBIA



SAMSUNG: "IA
PARA TODOS"



FINNEGANS
QUIERE
CUADRUPPLICAR
SU NEGOCIO



AIR COMPUTERS
APUESTA A LA
FINANCIACIÓN

CAMINO A LA NORMALIZACIÓN

ENTREVISTA CON
ALEJANDRO BOGGIO,
PRESIDENTE DE CADMIPYA



EN ESTA EDICIÓN



07

**SAMSUNG:
"IA PARA TODOS"**



08

**SATYA
NADELLA EN COLOMBIA**



17

**ENTREVISTA
CON ALEJANDRO
BOGGIO**



31

**FINNEGANS
QUIERE CUADRUPLICAR
SU NEGOCIO**



BIENVENIDOS

Me enorgullece presentarles esta primera edición de nuestra revista digital, pensada para el canal de distribución IT argentino. Sabemos que en este sector, estar bien informado es clave, y por eso queremos ser una fuente confiable de análisis, noticias y tendencias que marcan el rumbo del negocio.

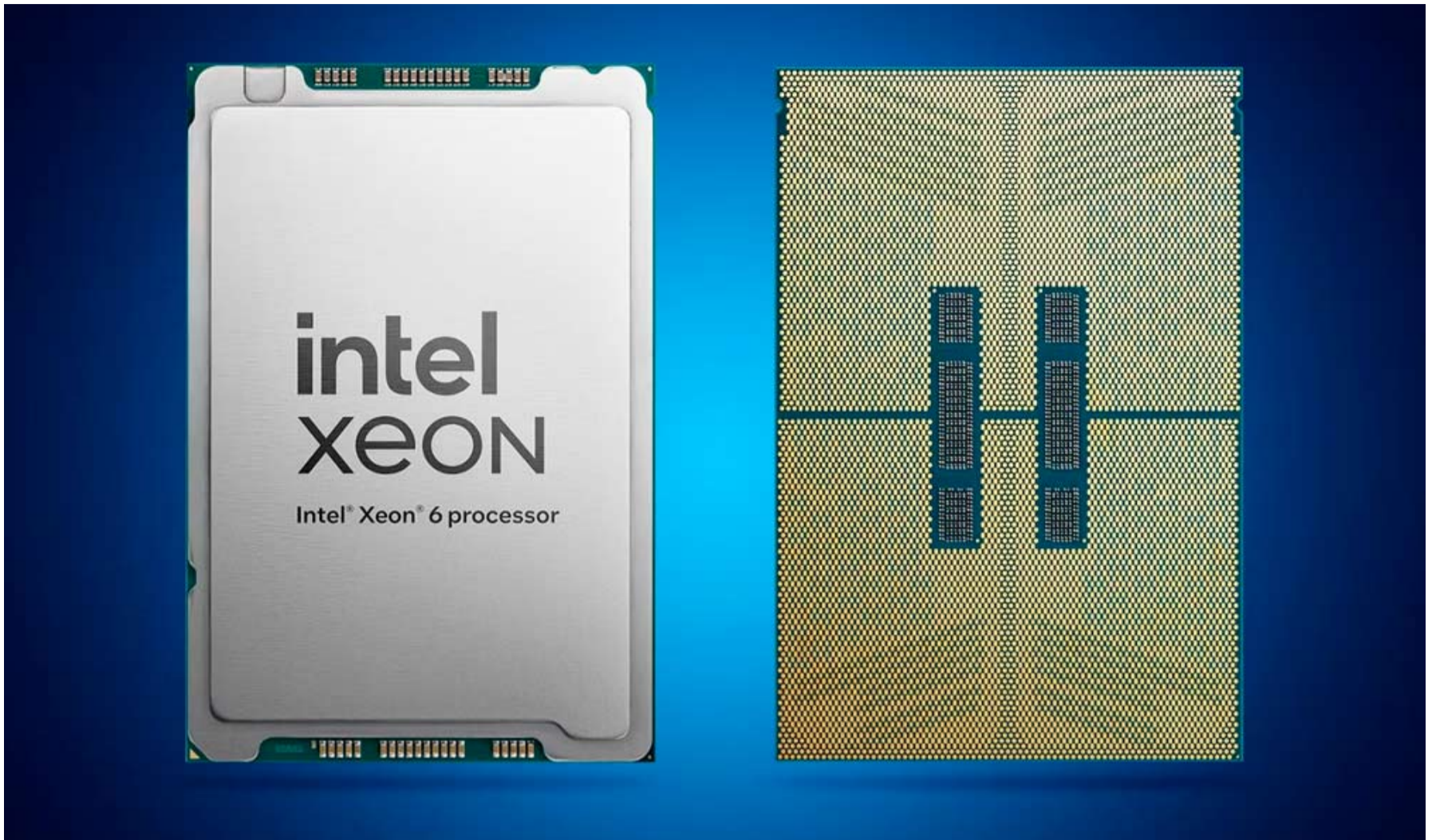
Nuestra misión es simple: conectar a todos los actores del ecosistema IT con información valiosa y oportunidades para crecer. Desde distribuidores, resellers y vendedores hasta integradores y VARs, todos encontrarán en estas páginas un aporte para tomar decisiones más estratégicas.

A los anunciantes, les ofrecemos una plataforma única para llegar a una audiencia especializada y con poder de decisión en el mercado tecnológico.

Y a los lectores, una nueva propuesta para profundizar su conocimiento, ahora a través de un formato distinto, pensado para una nueva variedad de dispositivos que nos rodean tanto en nuestro trabajo como en el hogar, o en movimiento.

Gracias por acompañarnos en este nuevo camino hacia el futuro de las nuevas tecnologías de la información. ¡Bienvenidos!

DARÍO DRUCAROFF
DIRECTOR GENERAL



Intel lanza Xeon 6 y Gaudi 3 para revolucionar la inteligencia artificial

En el marco de la creciente demanda de IA, Intel acaba de lanzar su procesador Xeon 6 y el acelerador de IA Gaudi 3. Estas soluciones buscan ofrecer un rendimiento sin precedentes, combinando potencia de cómputo y eficiencia energética. Según la compañía, estos avances permiten a las empresas desarrollar e implementar modelos de IA de manera más rápida y rentable.

El Xeon 6, diseñado con núcleos de alto rendimiento (P-cores), promete duplicar el rendimiento en cargas de trabajo de IA y computación de alto rendimiento (HPC). A su vez, Gaudi 3, el nuevo acelerador de IA, ofrece hasta un 20% más de rendimiento y el doble de relación precio/rendimiento frente

a las soluciones líderes del mercado, como el H100 para la inferencia de modelos como LLaMa 2 70B.

Justin Hotard, vicepresidente ejecutivo de Intel, destacó que la transformación del centro de datos requiere hardware y software altamente optimizados. “Con Xeon 6 y Gaudi 3, estamos proporcionando a nuestros clientes las herramientas necesarias para lograr un mayor rendimiento, eficiencia y seguridad”, comentó Hotard.

El nuevo Intel Xeon 6 está diseñado para manejar cargas de trabajo exigentes, duplicando el rendimiento en comparación con su predecesor. Cada núcleo de Xeon 6 está optimizado para

IA, lo que permite una mayor eficiencia en una variedad de entornos, desde centros de datos hasta la nube. Además, se ha mejorado el ancho de banda de memoria, permitiendo velocidades mucho mayores.

Intel Gaudi 3 está diseñado para aplicaciones de IA generativa a gran escala, un segmento que está ganando popularidad en diversas industrias. Con 64 núcleos de procesamiento Tensor y una memoria HBM2e de 128 GB, Gaudi 3 acelera cálculos complejos para tareas como el entrenamiento de modelos y la inferencia. Está integrado con PyTorch, lo que facilita su adopción en desarrollos basados en transformers y modelos avanzados de IA.

HP Print AI: la nueva generación de impresión inteligente



Tuan Tran, presidente de Imagen, Impresión y Soluciones de HP, durante HP Imagine.

En el marco del evento HP Imagine, HP Inc. presentó HP Print AI, su solución de impresión inteligente que se propuso transformar la forma en que se imprime. Esta tecnología, diseñada para eliminar los problemas más comunes, desde la configuración hasta el soporte, ofrece una experiencia de impresión sin fricciones tanto en el hogar como en el trabajo. Su primera función, Perfect Output, ya está disponible a través de un programa beta.

“Con HP Print AI, estamos revolucionando la experiencia de impresión, haciéndola más simple e intuitiva”, afirmó Tuan Tran, presidente de Imagen, Impresión y Soluciones de HP.

“La incorporación de soluciones de inteligencia artificial (IA) a nuestro portafolio simplificará el proceso de impresión, fomentará la creatividad y acelerará la colaboración, todo con la seguridad de que los datos de los clientes estarán protegidos”.

Una de las funciones más destacadas de HP Print AI es Perfect Output, diseñada para solucionar problemas comunes al imprimir desde navegadores web. Según datos de la compañía, más de la mitad de los trabajos de impresión provienen de navegadores y suelen presentar di-

ficultades como espacios en blanco innecesarios, anuncios no deseados y errores en el tamaño de las imágenes. Estos problemas han generado una alta tasa de insatisfacción.

Perfect Output mejora la experiencia al reformatear y reorganizar el contenido, eliminando anuncios y texto irrelevante, y garantizando que los documentos impresos se ajusten perfectamente a la página. Esto ahorra tiempo, papel y tinta. Además, la función resuelve los problemas más comunes al imprimir hojas de cálculo, evitando que tablas y gráficos se dividan entre páginas.

Lanzamientos durante el Lenovo Innovation World 2024

En el marco de su evento Lenovo Innovation World 2024, Lenovo presentó una serie de productos revolucionarios subrayando su compromiso de redefinir el futuro de la computación profesional mediante la inteligencia artificial (IA).

La compañía lanzó dispositivos diseñados para mejorar la productividad, la interacción personal con las máquinas y la experiencia del usuario, destacando el ThinkPad X1 Carbon Gen 13 Aura Edition y el concepto Lenovo Auto Twist AI PC como parte de sus propuestas más innovadoras.

El ThinkPad X1 Carbon Gen 13 Aura Edition, desarrollado en colaboración con Intel, es una laptop ultraligera y poderosa que integra la última generación de procesadores Intel Core Ultra (Serie 2), lo que permite un rendimiento de IA hasta tres veces superior al de sus predecesores. Entre sus características, se destacan los Smart Modes, que adaptan el dispositivo a las necesidades del usuario, y el Smart Share, que permite compartir imágenes y archivos de manera fluida entre dispositivos móviles y la computadora mediante IA. Además, este modelo ofrece hasta 18 horas de batería, haciéndolo ideal para profesionales que buscan alta movilidad sin comprometer la eficiencia.

En el evento, Lenovo también sorprendió al público con el lanzamiento del concepto Lenovo Auto Twist AI PC, una computadora equipada con un diseño único de rotación automática que se ajusta de manera inteligente al movimiento del usuario, optimizando la visibilidad en cualquier escenario. Esta innovación se destaca por su integración de comandos de voz y funciones de seguridad avanzadas, como el cierre automático de la tapa cuando el dispositivo queda desatendido. El concepto apunta a redefinir la manera en que las personas interactúan con sus dispositivos, combinando ergonomía, IA y automatización en un solo equipo.

Otra novedad fue la presentación del ThinkBook 16 Gen



Lenovo Auto Twist AI PC.

7+, que incorpora los procesadores AMD Ryzen AI y está diseñado para ofrecer un alto rendimiento en tareas multitarea y de creación de contenido. Este dispositivo no solo optimiza el uso empresarial con inteligencia artificial de última generación, sino que también presenta un diseño elegante y una batería de larga duración, convirtiéndolo en una opción atractiva para profesionales que buscan portabilidad y potencia.

Además de los lanzamientos de hardware, Lenovo anunció su servicio AI PC Fast Start, que tiene como objetivo ayudar a las organizaciones a adoptar de manera rápida y eficiente dispositivos listos para IA. Este servicio incluye asesoramiento especializado para identificar los usuarios ideales de estos equipos y maximizar el retorno de inversión. Con soporte técnico premiado y servicios gestionados, Lenovo busca facilitar la implementación de tecnologías basadas en IA y asegurar una transición fluida hacia la transformación digital.

Telefónica: “Los servicios digitales representan el 57% del gasto en TIC”

Telefónica Hispanoamérica celebró en el Movistar Arena, en la Ciudad de Buenos Aires, la cuarta edición del Hispam Digital Forum, donde reveló que los servicios digitales en Argentina representan el 57% del gasto total en TIC, superando en un 14% al promedio regional. Se estima que este segmento crecerá un 19% para finales de 2024. El foro reunió a expertos de Movistar Empresas y socios tecnológicos como Microsoft, Samsung, Huawei y Fortinet, quienes debatieron sobre las últimas tendencias en transformación digital, inteligencia artificial y ciberseguridad.

La apertura del evento estuvo a cargo de Marcelo Tarakdjian, CEO de Telefónica Movistar Argentina, quien destacó el rol de Argentina como la tercera economía más grande de América Latina. “Estamos transitando un momento único donde la palabra expectativa pareciera ser el factor común que nuclea a la dirigencia, al ecosistema empresario y a la sociedad en general. Esto seguramente podría ser inicio de una transformación más amplia que logre fijar un rumbo para el desarrollo ordenado, previsible y colaborativo de nuestro país”. Tarakdjian también resaltó el compromiso a largo plazo de la empresa en el país: “Llevamos 34 años invirtiendo de manera ininterrumpida en el país, disponibilizando tecnología para mejorar la gestión ciudadana, el modelo productivo del país y el bienestar de los argentinos”.

Juan Vicente Martín, Director B2B de Telefónica Hispam, abordó el impacto de la inteligencia artificial generativa, describiéndola como una herramienta disruptiva que ha democratizado el acceso a capacidades tecnológicas complejas. “Ahora, cualquier persona puede acceder sin limitaciones”, señaló. Según una encuesta de IDC, el 55% de las organizaciones en Argentina, Chile, Colombia y Perú ya están utilizando IA generativa en niveles básicos, lo que refleja su creciente adopción en la región.

El impacto de la inteligencia artificial en la ciberseguridad fue otro de los temas centrales del foro. Los participantes coincidieron en que esta tecnología está optimizando la



Marcelo Tarakdjian (Movistar), Fernando Lopez Iervasi (Microsoft), Juan Vicente Martín (Movistar) y Santiago Barca (Movistar).

detección de amenazas y automatizando respuestas ante incidentes, mejorando así la protección de las empresas en un entorno digital cada vez más complejo. Los expertos destacaron la importancia de la formación de profesionales en habilidades tecnológicas para enfrentar estos desafíos.

Alfonso Gómez Palacios, CEO de Telefónica Hispam, reforzó la importancia de la digitalización. “Argentina tiene enormes posibilidades que pueden convertirse en realidad a través de la digitalización. Esa digitalización es la que aporta Telefónica, con su conocimiento y experiencia, con el respaldo de las capacidades locales y globales de un grupo que este 2024 cumplió 100 años de historia”, expresó Gómez Palacios, quien también subrayó la responsabilidad de Telefónica como proveedor líder de telecomunicaciones en la región, con 113 millones de clientes.

Otro de los momentos destacados fue la participación de Ana María Ramírez, directora de Transformación de Telefónica Hispam, y Diego Tartara, CTO de Globant, quienes exploraron cómo las empresas pueden aprovechar las soluciones digitales y las nuevas tecnologías para asegurar su crecimiento a largo plazo. Ambos coincidieron en la necesidad de evolucionar las redes y capacidades tecnológicas como pilares de la competitividad en el mercado global.

Samsung presentó su visión “IA para todos” en la Samsung Developer Conference

Samsung Electronics llevó a cabo la décima edición de la Samsung Developer Conference (SDC24), en San José, California, donde compartió su visión e innovaciones en software, servicios y plataformas impulsadas por inteligencia artificial (IA). Bajo el lema *IA para todos: una década de innovación abierta y más allá*, el evento reunió a 3.000 desarrolladores, socios y medios de todo el mundo, destacando el papel central de la IA en el futuro de la tecnología.

El CEO de Samsung Electronics, Jong-Hee (JH) Han, inauguró la conferencia con una charla en la que delineó el futuro de los dispositivos Samsung, destacando que la IA multidispositivo permitirá una mayor personalización. “Los dispositivos Samsung reconocerán a sus usuarios y ofrecerán experiencias ajustadas a sus preferencias, mejorando la interacción con la tecnología en casa”.

Además de la personalización, Samsung destacó su compromiso con la seguridad y privacidad en sus soluciones de IA, tanto en la nube como en los dispositivos. Daehyun Kim, líder de investigación de IA en Samsung, mencionó cómo la empresa protege la privacidad de los usuarios sin sacrificar las innovaciones tecnológicas. “Nuestra IA generativa en texto, imágenes y voz ha sido clave para dar forma a nuestra visión del futuro”.

Innovaciones de IA para el ecosistema Samsung

Samsung presentó innovaciones que integran IA en su amplia cartera de productos, desde smartphones hasta electrodomésticos y televisores. Una de las novedades más esperadas fue la expansión de la interfaz de usuario One UI, que pasará de estar disponible solo en móviles a abarcar todos los productos de consumo de Samsung, permitiendo que más personas accedan a experiencias impulsadas por IA.

Sally Hyesoon Jeong, responsable de I+D en Samsung, adelantó detalles sobre One UI 7, una versión que llegará



Jong-Hee (JH) Han, CEO de Samsung Electronics.

a los desarrolladores antes de fin de año y que promete un rediseño total de la experiencia de usuario.

Otra innovación clave fue la actualización de Bixby, el asistente virtual de Samsung, que ahora aprovecha la IA para mejorar la interacción con electrodomésticos, haciendo las tareas domésticas tan sencillas como hablar con un amigo. Samsung también presentó AI Cast, una herramienta que facilita el envío de contenidos generados por IA desde dispositivos móviles a televisores, ofreciendo una experiencia de interoperabilidad única.

En el ámbito empresarial, Samsung mostró avances en su plataforma Visual eXperience Transformation (VXT), una solución de gestión de contenidos impulsada por IA. Alex YW Lee, ejecutivo de Samsung, explicó cómo esta herramienta ayuda a empresas a organizar y personalizar displays B2B, permitiendo a los desarrolladores crear nuevas aplicaciones dentro de este ecosistema.

El CEO de Microsoft destacó en Colombia el potencial de la IA

Satya Nadella, CEO y Presidente de Microsoft, visitó Colombia en el marco del evento Microsoft AI Tour, donde presentó cómo las innovaciones en la nube y la inteligencia artificial (IA) están transformando las organizaciones del país y fortaleciendo su economía digital. Durante su estancia, Nadella se reunió con líderes empresariales, representantes del gobierno y expertos tecnológicos para discutir las oportunidades que la IA ofrece a nivel local.

En su discurso inaugural, Nadella destacó el papel fundamental de las plataformas de Microsoft AI y Azure para mejorar la productividad y competitividad de las empresas colombianas. Subrayó la importancia de aplicar prácticas responsables de IA, como la seguridad y la ética, al tiempo que resaltó cómo las soluciones tecnológicas están respondiendo a desafíos tanto empresariales como sociales.

“Esta próxima generación de inteligencia artificial está cambiando la forma en que las organizaciones operan e innovan en todas partes, incluida Colombia”, afirmó Nadella, enfatizando el impacto de la IA en sectores clave como la salud, el medio ambiente y la justicia.

Colombia como hub estratégico para la IA

Colombia se ha posicionado como uno de los líderes en la adopción de IA en América Latina, con un crecimiento notable en la implementación de estas tecnologías. Un estudio reciente de IDC, encargado por Microsoft, reveló que el 59% de las organizaciones colombianas han recuperado su inversión en IA en menos de seis meses, superando el promedio global del 48%. Este rápido retorno ha incentivado a las empresas del país a aumentar sus presupuestos en IA, con el 82% planeando mayores inversiones en los próximos dos años.

La infraestructura de nube e IA de Microsoft en la región está desempeñando un papel crucial en la transformación digital de Colombia, impulsando la innovación y fomentando el crecimiento económico. Nadella destacó cómo las empresas locales están utilizando estas tecnologías para liderar el desarrollo de proyectos que no



El presidente y CEO de Microsoft, Satya Nadella, habla con el presidente de Microsoft Sudamérica Hispana, Fernando López Iervasi, durante el Microsoft AI Tour, en Bogotá. Foto de David Ladino.

solo optimizan procesos, sino que también contribuyen a la resolución de problemas sociales y ambientales.

Innovaciones impulsadas por IA en sectores clave

Durante su visita, Nadella conoció de cerca varios proyectos innovadores que emplean IA para generar cambios significativos en diferentes sectores de la sociedad colombiana. Entre ellos, el Proyecto Guacamaya sobresale por su enfoque en la conservación de la Amazonía a través de herramientas avanzadas de IA que monitorean la deforestación y los cambios en la biodiversidad. Esta iniciativa, desarrollada en colaboración con instituciones académicas y gubernamentales, está proporcionando datos cruciales para la creación de políticas ambientales más efectivas.

En el sector bancario, Bancolombia ha adoptado la IA de Microsoft con GitHub Copilot para optimizar sus operaciones tecnológicas, incrementando la eficiencia en la generación de código y mejorando la seguridad de sus plataformas. Asimismo, SURA ha aplicado IA en su Centro de Ciencias Ómicas, un proyecto pionero en el análisis de datos genómicos que está transformando el tratamiento de enfermedades genéticas en la región.

¿El fin del trabajo remoto?



Ricardo Migoya, Alex Sakkal, Matías Botbol, Juan Ozino Caligaris, y Diego Boryszanski

La reciente decisión del CEO de Amazon, Andy Jassy, de exigir a los empleados volver a la oficina cinco días a la semana ha reavivado el debate sobre la necesidad de la presencialidad en las empresas. Este cambio, que marca un retroceso para quienes defienden el trabajo remoto, plantea una pregunta clave: ¿es esencial estar en la oficina para que una empresa sea productiva?

Desde la pandemia, muchas empresas se vieron forzadas a implementar esquemas de trabajo remoto o híbrido. Sin embargo, con la relajación de las restricciones sanitarias, varias organizaciones, como Amazon, están replanteando estos esquemas. En un comunicado a los empleados, Jassy argumenta que “las ventajas de estar juntos en la oficina son significativas” y que los equipos tienden a estar “mejor conectados” en persona.

Este enfoque refleja una apuesta por recuperar el contacto físico entre compañeros como clave para fortalecer la cultura empresarial.

La presencialidad como valor agregado

La decisión de Amazon no es única. Un informe de la consultora Backer Partners revela que el 47% de las empresas prefieren un esquema híbrido, con un máximo de dos o tres días de presencialidad. Sin embargo, un dato relevante es que el 24% de los empleados desea ir a la oficina solo con un propósito claro. Esto sugiere que el retorno a la presencialidad no debe ser forzado, sino que debe tener un sentido y responder a las necesidades reales de los trabajadores.

Matías Botbol, cofundador de Maslow, resalta la importancia de adaptarse a las expectativas de los empleados. “Las empresas deben renovar sus propuestas de valor para atraer a un talento cada vez más exigente, que prioriza el equilibrio entre la vida personal y laboral”.

Para Botbol, la clave está en la flexibilidad: “El esquema elegido, ya sea presencial, híbrido o 100% remoto, debe

alinearse con la capacidad de la empresa para ofrecer un entorno que se adapte a las necesidades del talento”.

Su socio, Diego Boryszanski, va más allá y afirma que el retorno a la oficina debe presentarse como un beneficio, no una obligación. De hecho, Maslow es una empresa completamente remota, lo que le ha permitido expandir su operación de manera descentralizada en varios países. Según Boryszanski, este tipo de esquema no solo facilita la descentralización, sino que también permite ofrecer beneficios personalizados a cada empleado, independientemente de su ubicación geográfica.

¿Una oficina con propósito?

Desde el mercado inmobiliario, Alex Sakkal, cofundador de Grupo Nómada, también aboga por un regreso a las oficinas, pero con un enfoque diferente. Según Sakkal, las empresas están transformando sus espacios de trabajo en lugares que fomenten el sentido de pertenencia, no solo como sitios físicos. Su compañía ha apostado por la creación de oficinas de alta calidad, diseñadas para ofrecer bienestar y comodidad, lo que puede aumentar la retención de empleados y fortalecer la cultura organizacional.

El informe *Work Reimagined 2023* de EY respalda esta visión, destacando que los edificios de Clase A, es decir, oficinas premium con innovaciones tecnológicas y servicios de primera categoría, han mejorado notablemente la eficiencia y la cultura empresarial. Esto muestra que, si bien algunas empresas optan por modelos remotos, las oficinas físicas aún tienen un papel relevante si logran adaptarse a las nuevas expectativas de los empleados.

¿Una solución para la escasez de talento en tecnología?

La industria tecnológica, sin embargo, parece ser una de las más resistentes a la vuelta total a la presencialidad. Un 73% de los líderes empresariales creen que exigir la vuelta a la oficina podría incrementar la rotación de empleados clave, según el estudio *Talent Trends Technology*. En este sector, la escasez de talento es una preocupación constante, y muchas empresas temen perder a los profesionales si imponen restricciones en la modalidad de trabajo.

Juan Ozino Caligaris, Country Manager de Nubity, sostiene que el trabajo remoto ofrece un beneficio crucial: la posibilidad de contratar talento sin limitaciones geográficas.

“No podemos restringir la búsqueda de talento por su ubicación. Lo que importa es que la persona encaje en la cultura de la empresa, más allá de si puede ir a la oficina o no”, comenta.

Flexibilidad: la clave para retener talento

Ricardo Migoya, cofundador de Maslow, subraya otro punto relevante. Según el Estudio Anual de Modalidades de Trabajo realizado por Qontact, el 50% de los encuestados considera que el impacto del trabajo remoto o híbrido ha sido positivo. “El esquema remoto trajo desafíos en torno a cómo mantener la cultura laboral o fidelizar al talento”, reconoce Migoya, “pero también abrió infinitas posibilidades. Las fronteras geográficas desaparecieron y la modalidad flexible sigue avanzando sin pausa”.

Migoya destaca que para retener talento es esencial ofrecer beneficios personalizados que se adapten a la realidad de cada empleado, algo que va más allá de si la persona trabaja de manera remota o presencial. Esto implica que la flexibilidad, tanto en modalidades de trabajo como en recompensas, es clave para lograr un equilibrio que beneficie tanto a empleados como a empleadores.

El futuro del trabajo: ¿hacia dónde vamos?

La pregunta sobre si el trabajo remoto está en peligro de extinción sigue abierta. Mientras algunas empresas, como Amazon, promueven un retorno masivo a la oficina, otras apuestan por la flexibilidad y el bienestar de sus empleados como la clave para atraer y retener talento. Lo cierto es que el futuro del trabajo no parece seguir un camino único, sino que dependerá de la capacidad de las empresas para adaptarse a las nuevas demandas de una fuerza laboral cada vez más exigente.

El desafío ahora radica en encontrar un equilibrio entre la presencialidad, el trabajo remoto y los esquemas híbridos que permitan a las empresas ser productivas, sin perder de vista las necesidades de sus empleados.

Salesforce quiere revolucionar la industria del CRM con el lanzamiento de Agentforce

Salesforce anunció el lanzamiento de Agentforce, una plataforma con la que espera revolucionar la industria del CRM gracias a la nueva era de inteligencia artificial. Se trata de una suite de agentes autónomos, diseñados para transformar la manera en que las empresas gestionan sus operaciones en áreas clave como servicio al cliente, ventas, marketing y comercio. Estos agentes de IA permiten a las organizaciones escalar de manera eficiente y ofrecer experiencias personalizadas sin la intervención constante de los empleados, lo que impulsa la productividad y mejora significativamente la satisfacción del cliente.

Según Marc Benioff, CEO de Salesforce, “Agentforce representa la Tercera Ola de la IA, yendo más allá de los copilotos hacia una nueva era de agentes autónomos altamente precisos. Estos agentes no solo apoyan a los empleados, sino que también impulsan el éxito del cliente al anticipar sus necesidades y tomar acciones proactivas en cada punto de contacto”.

Gracias a esta nueva tecnología, Salesforce espera empoderar a mil millones de agentes de IA para fines de 2025.

Ni chatbots y ni copilotos

A diferencia de los chatbots tradicionales o los copilotos de IA, que requieren instrucciones humanas constantes, Agentforce opera de forma completamente autónoma. Esto significa que los agentes pueden analizar datos en tiempo real, tomar decisiones informadas y completar tareas complejas de manera independiente. Ya sea respondiendo a consultas de servicio al cliente, cualificando prospectos de ventas o gestionando campañas de marketing, Agentforce promete revolucionar la gestión empresarial al optimizar procesos y liberar a los empleados para que se concentren en tareas de mayor valor estratégico.

Una de las innovaciones clave detrás de Agentforce es el Atlas Reasoning Engine, un motor de razonamiento que



Marc Benioff, Chair, Co-CEO y Co-Founder de Salesforce.

imita la forma en que los humanos procesan la información y toman decisiones. Esta tecnología permite a los agentes evaluar datos, planificar y ejecutar tareas de manera precisa y confiable. Además, los usuarios pueden personalizar y desplegar fácilmente estos agentes mediante herramientas de bajo código, lo que hace que la adopción de la IA sea accesible para cualquier empresa, sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.

La flexibilidad de Agentforce es otro de sus puntos fuertes. Gracias a su Agentforce Partner Network, los usuarios pueden integrar agentes preconstruidos y aprovechar acciones de socios tecnológicos como Amazon Web Services, Google, IBM y Workday. Esto les permite extender las capacidades de los agentes y adaptarlos a necesidades específicas de cada negocio, lo que resulta en una solución altamente adaptable y personalizable para cualquier sector.

Larry Ellison anunció el comienzo de la era Multi-Cloud durante el Oracle CloudWorld 2024



Larry Ellison, CEO de Oracle, durante el Oracle CloudWorld 2024.

Durante el evento Oracle CloudWorld 2024, Larry Ellison, CEO de Oracle, compartió su visión transformadora para la era del multi-cloud, destacando cómo la compañía está redefiniendo la integración y el rendimiento de los servicios en la nube. En su discurso, subrayó que, a diferencia de los días de Oracle OpenWorld, cuando la compatibilidad con diversos sistemas era una prioridad, la llegada de la era de la nube trajo consigo un cambio significativo. Aunque los clientes disfrutaron de la flexibilidad para elegir entre diferentes tecnologías, la integración entre nubes distintas aún dejaba mucho que desear.

“La era de los sistemas abiertos ha evolucionado. Ahora estamos en una

fase donde los servicios en diferentes nubes deben trabajar juntos de manera armoniosa”, afirmó Ellison.

El CEO destacó que, a pesar del progreso en la nube, las soluciones actuales de multi-cloud a menudo enfrentan problemas de integración y rendimiento. Los clientes que desean trasladar servicios como la base de datos Oracle Exadata a plataformas como AWS a menudo se encuentran con latencias y dificultades operativas.

Ellison propuso una solución innovadora para estos desafíos: la integración directa de centros de datos de Oracle dentro de los centros de datos de AWS. Este enfoque permitiría una

mayor eficiencia operativa, con un rendimiento mejorado y una latencia reducida al incorporar directamente el hardware y software de Oracle dentro de los centros de datos de AWS. Los clientes podrán provisionar los servicios de Oracle Database desde la consola de AWS de manera transparente, beneficiándose de las últimas tecnologías de Oracle, como la capacidad de ampliar dinámicamente los recursos de procesamiento según la demanda de las consultas complejas.

Ellison anunció que esta integración avanzada estará disponible a partir de diciembre de 2024, marcando un hito en la evolución de los servicios de nube multi-cloud.

El match point que está haciendo el US Open con IA



Escribe

Paula Horita

IBM argentina Cloud and data platform sales manager

Hemos visto cómo la Inteligencia Artificial está transformando el servicio al cliente, ayudando a automatizar procesos, optimizando las cadenas de suministro e, incluso, dando paso a una nueva era de recursos humanos y marketing en las organizaciones. Pero, lo que está llamando la atención por estos días es el uso de la IA de IBM en el US Open.

El torneo de tenis con más de 30 años de historia, jugado en Nueva

York, que hoy está al alcance de todos alrededor del mundo con varias funciones para fanáticos impulsadas por IBM watsonx que llegan a las plataformas digitales del US Open 2024.

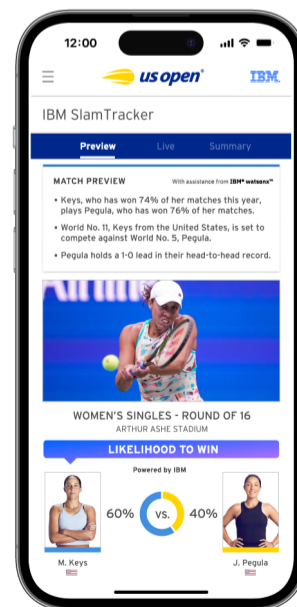
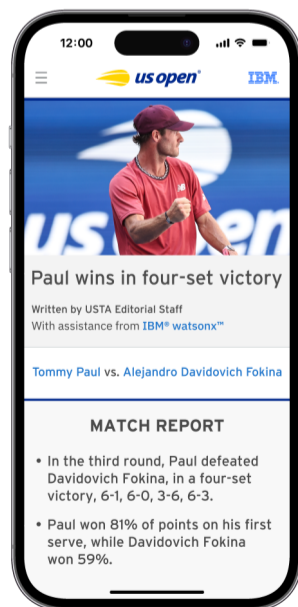
Estas capacidades nuevas y mejoradas, tienen como objetivo brindar una experiencia más informativa y atractiva que alcanzará a más de 15 millones de fanáticos del tenis en todo el mundo.

¿Qué hace la Inteligencia Artificial? A través de la app gratuita oficial del torneo y el website, los aficionados tienen acceso a predicciones de cada partido en singles -porcentaje de probabilidad de ganar para cada jugador-, análisis punto por punto, vistas previas y resúmenes de partidos, incluyendo un nuevo gráfico 3D en tiempo real de los juegos en curso.

La IA permite brindar una cobertura casi instantánea a una escala sin precedentes, para los 254 partidos individuales del cuadro principal a lo largo de 7 rondas y las 17 canchas.

Esta colaboración entre la USTA (Asociación de Tenis de los Estados Unidos, por sus siglas en inglés) con IBM, es un ejemplo de cómo las empresas de cualquier sector pueden modernizar y escalar sus flujos de trabajo con modelos adecuados de IA. Incluso, cómo los datos son la mayor fuente de información, no solamente para obtener estadísticas y reportes, sino para tomar decisiones en tiempo real.

Los datos hoy son un ‘tesoro’ y el US Open nos lo está demostrando. Su manejo con una IA eficiente y responsable, permiten hacer match point.



Vista previa de los nuevos resúmenes de IBM Match Report 2024 y IBM SlamTracker

Mercado Libre anunció un nuevo Centro de Almacenamiento con la presencia de Javier Milei

Con la presencia del Presidente Javier Milei, Mercado Libre anunció una inversión de 75 millones de dólares destinada a la construcción de un nuevo Centro de Almacenamiento en el predio del Mercado Central, en Buenos Aires. Este proyecto, que será desarrollado por Plaza Logística, permitirá a la empresa duplicar su capacidad de almacenaje y aumentar considerablemente el procesamiento de productos, reduciendo los tiempos de entrega para millones de usuarios en toda Argentina.

“Señor Presidente, queremos transmitirle nuestro fuerte apoyo a su afán de convertir a Argentina en el país más libre del mundo”, dijo Marcos Galperín, Director ejecutivo de MercadoLibre. “El único que puede generar riqueza en este país y en el mundo entero es el empresario, no el político”, dijo Milei durante el acto del anuncio, en las oficinas de Mercado Libre.

El nuevo centro contará con una superficie de 56 mil metros cuadrados y permitirá que el procesamiento de productos pase de 200 mil a más de 400 mil por día. Además, el sitio tendrá áreas dedicadas al almacenamiento de productos voluminosos y mejorará la oferta en varias categorías, ampliando así el surtido disponible para los usuarios de la plataforma.



Esquema del nuevo Centro de Almacenamiento anunciado por Mercado Libre.



Javier Milei y Marcos Galperín, en Mercado Libre.

Mercado Libre prevé la incorporación de más de 2.300 empleados directos y estima que la expansión generará miles de puestos de trabajo indirectos, beneficiando especialmente a pequeñas y medianas empresas que operan a través de la plataforma. Este crecimiento permitirá a estas empresas ampliar sus operaciones y contribuir al aumento del volumen de trabajo en toda la cadena logística del país.

Ariel Szarfsztejn, presidente de Commerce de Mercado Libre, subrayó la importancia de esta inversión para la compañía: “Nos permitirá desarrollar nuevas verticales de negocio y, al mismo tiempo, aumentar de forma significativa la cantidad de envíos rápidos y seguros, lo que ofrecerá la mejor experiencia de compra y venta a nuestros millones de usuarios. Seguimos apostando por la consolidación del e-commerce en el país y queremos ser protagonistas de ese crecimiento en los próximos años”.

Por su parte, Ramiro Molina, gerente general de Plaza Logística, destacó el impacto que este proyecto tendrá en el sector: “Estamos honrados de acompañar a Mercado Libre en esta nueva inversión, que se desarrollará con los más altos estándares de calidad y sustentabilidad internacional. Nos motiva contribuir al empleo joven, al desarrollo de infraestructura logística y al crecimiento del país”.

Las Jornadas Internacionales ATVC reunieron a la industria de las telecomunicaciones y contenidos

Durante la apertura de las trigésimo cuartas Jornadas Internacionales organizadas por ATVC y CAPPESA, en el Hotel Hilton de Buenos Aires, Darío Genua, Secretario de Innovación, Ciencia y Tecnología de la Nación, hizo un llamado a que el sector privado de las telecomunicaciones y de contenido impulse el crecimiento económico del país a través de inversiones y empleo. “El sector privado debe ser quien impulse y nos cuente qué regulaciones necesita para invertir, colaborar con el desarrollo y generar empleo”.

En el encuentro, que reunió a autoridades nacionales y provinciales, así como a líderes del sector, participaron también el jefe de Gobierno porteño, Jorge Macri, y los presidentes de ATVC, CAPPESA y Red Intercable, Walter Burzaco, Sergio Veiga y Lucio Gamalleri, respectivamente.

Genua subrayó la necesidad de que el Estado actúe como un facilitador del desarrollo privado, reconociendo el compromiso de la industria con el país en términos de inversión en redes y contenidos. “Durante mucho tiempo se interpretó que debía haber un enfrentamiento entre el Estado y el sector privado, pero debemos ser facilitadores para que las empresas crezcan”, afirmó, y añadió que “la modernización y simplificación regulatoria debe poner toda la capacidad del Estado a disposición del sector”. El secretario también destacó el trabajo que el ENACOM está realizando en un plan de conectividad a nivel nacional y resaltó el papel central de la industria tecnológica en el desarrollo de la inteligencia artificial y las redes de datos.

Por su parte, Jorge Macri señaló que es clave “festejar el éxito del privado” como motor de desarrollo y empleo en el país, y criticó las trabas que históricamente han desalentado a los emprendedores. “Debemos agradecer la creatividad, inversión y generación de empleo en momentos muy difíciles”, dijo. Además, resaltó la necesidad de combatir las plataformas ilegales que fomentan la piratería y otros delitos, subrayando el esfuerzo de la Ciudad de Buenos Aires en este ámbito con la creación de una fiscalía especial.



Darío Genua durante las Jornadas Internacionales.

Walter Burzaco, presidente de ATVC, celebró la derogación del DNU 690, una norma que consideró perjudicial para el sector de telecomunicaciones. “Retrasó inversiones y afectó la calidad de los servicios”, afirmó Burzaco, quien se mostró optimista sobre la modernización regulatoria en marcha. Además, resaltó la importancia de la colaboración entre el sector público y privado, así como la necesidad de un “fair share”, donde las grandes plataformas globales contribuyan equitativamente al mantenimiento y despliegue de las redes que utilizan intensivamente.

Lucio Gamalleri, presidente de Red Intercable, expresó su preocupación por los desafíos que enfrentan las PyMEs del sector debido a la transformación digital y la competencia desleal de plataformas piratas. Gamalleri llamó a una mayor coordinación entre los actores del sector y presentó el proyecto “Red MAS”, diseñado para fortalecer la colaboración entre las PyMEs mediante inversiones conjuntas. Finalmente, Sergio Veiga, presidente de CAPPESA, destacó el rol histórico de la industria argentina en la producción de contenidos y su capacidad de adaptación. No obstante, subrayó las dificultades actuales, con una oferta de contenidos en expansión que supera la demanda. Veiga insistió en la importancia de continuar la lucha contra la piratería y en la necesidad de que el gobierno y la justicia acompañen a la industria en este esfuerzo.

“What’s Next?”, la nueva serie de Bill Gates en Netflix: diversión, impacto y aprendizaje



Imagen de portada utilizada por Netflix, de la nueva serie de Bill Gates.

Bill Gates acaba de lanzar una nueva serie en Netflix titulada “What’s Next? The Future with Bill Gates”. Allí, el fundador de Microsoft se sumerge en una variedad de desafíos futuros, desde la IA hasta el cambio climático y la erradicación de enfermedades. Gates, que se describe a sí mismo como un estudiante eterno, revela que la serie cumple con sus tres criterios personales: diversión, impacto y aprendizaje.

“What’s Next?” explora una serie de problemas cruciales, abordando temas como la IA, la crisis climática, la desinformación, la erradicación de enfermedades y la desigualdad de ingresos. La serie incluye conversaciones con figuras destacadas como el Dr. Anthony Fauci, el cofundador de OpenAI Greg Brockman, y el innovador director James Cameron.

Uno de los momentos destacados para Gates fue su conversación con Lady Gaga sobre la desinformación. Otro encuentro memorable para el estudiante eterno fue el encuentro

con el senador estadounidense Bernie Sanders, explorando sus distintos puntos de vista sobre la riqueza y los impuestos. A pesar de sus diferencias ideológicas, Gates valoró el diálogo abierto y las preguntas desafiantes de Sanders. También se destaca la entrevista con su hija Phoebe, defensora activa de los derechos de las mujeres. A través de su conversación, Gates profundizó en los desafíos online que enfrentan las mujeres y cómo la desinformación afecta el activismo por sus derechos.

En su blog, Gates expresa su esperanza de que “What’s Next?” inspire a más personas a involucrarse en estas conversaciones importantes. En tiempos de cambio rápido y desafíos globales, Gates cree firmemente en el poder del diálogo y la colaboración para encontrar soluciones a problemas críticos. Gates concluye su entrada en el blog subrayando la importancia de no caer en el pesimismo ante los problemas globales.

“En camino a la normalización”. El sector de la distribución IT, a poco de Pulso IT



Alejandro Boggio, presidente de CADMIPyA

Recientemente la Cámara Argentina de Distribuidores Mayoristas de Informática, Productores y Afines (CADMIPyA) reveló detalles sobre la nueva edición de Pulso IT, el evento anual más esperado del sector tecnológico en Argentina. Este encuentro, que se realizará los días 17 y 18 de octubre en el Centro Costa Salguero, promete ser un espacio crucial para el canal IT.

Alejandro Boggio, presidente de CADMIPyA, compartió en una entrevista con CanalAR su visión sobre la situación del mercado de distribución tecnológica en el país y las particularidades de esta nueva edición de Pulso IT.

— **¿Cómo afecta la actual situación económica a la distribución IT en Argentina?**

— A nivel país, nuestro negocio no escapa de la coyuntura económica. Iniciamos el año con un gran stock y muchas deudas que pagar, porque en los últimos seis o siete me-

ses de 2023 no se podían girar pagos al exterior. La única herramienta sólida para prevenir una devaluación era mantener inventarios altos, lo que generó una acumulación significativa. Con la eliminación de las SIRAs y los cambios del nuevo Gobierno, el sector empezó a ver cierta regularización. La primera mitad del año se centró en cancelar las deudas con el exterior. Nuestros proveedores, tanto mayoristas como marcas, nos apoyaron en un contexto donde no podíamos pagar. Poco a poco, los mayoristas y empresas comenzaron a reducir los niveles de stock y equilibrar la oferta con la demanda.

— **¿Cuál fue la respuesta del mercado ante estos cambios?**

— La demanda cayó brutalmente. El público consumidor fue uno de los más afectados por la inflación y la devaluación. Con el aumento del costo de vida y la desaparición de las cuotas, las personas dejaron de gastar en tecnología. Muchas compañías también postergaron inversiones en

tecnología, priorizando el pago de deudas. El director financiero estaba más preocupado por pagar las deudas que por invertir en nuevas soluciones tecnológicas. Sin embargo, el panorama empieza a mostrar señales positivas. Ahora, con el retorno del crédito, esperamos que el negocio de consumo y retail recupere su dinámica. También en el ámbito empresarial, donde se está volviendo a analizar más detenidamente lo que realmente se necesita.

— **Pulso IT se ha convertido en un evento de referencia para el sector. ¿Qué pueden esperar los participantes de esta edición?**

— Pulso IT es un encuentro de oportunidades, tanto para los canales como para los mayoristas y fabricantes. Estamos en un momento de inflexión a nivel país, y el evento ofrece la posibilidad de ver hacia dónde va el mundo tecnológico. Los fabricantes no solo ven Pulso IT como una oportunidad de negocio, sino también como una forma de apoyar el trabajo de CADMIPyA, que ha estado en diálogo con el Gobierno para que el sector siga funcionando y beneficiándonos a todos. Para los asistentes del interior del país, Pulso IT es una experiencia invaluable. Para un canal del interior, venir dos días a la expo y tener 50 oportunidades de negocio es impagable. Es una oportunidad para capacitarse, establecer contactos y obtener una visión clara de dónde estamos parados y hacia dónde va la industria.

— **Mirando hacia adelante, ¿qué expectativas tienes para el sector IT en Argentina?**

— Creo que estamos en camino a la normalización. Después de años de dificultades, el negocio parece estar retomando una ruta más estable. Si las tendencias de crecimiento y estabilización se mantienen, especialmente con la baja del impuesto país y la normalización del abastecimiento, veo una oportunidad de crecimiento para todos.

Pulso IT 2024, con sus charlas, paneles y espacios de networking, no solo busca fomentar las relaciones comerciales a corto plazo, sino también ayudar a consolidar una industria más robusta y preparada para enfrentar los desafíos futuros. “Este evento tiene que perdurar”, concluyó Boggio.



Alejandro Boggio durante Pulso IT 2023.

“Es un pilar fundamental para que el ecosistema tecnológico en Argentina siga creciendo, y estoy seguro de que los participantes encontrarán el valor que estamos buscando transmitir”.

Novedades en Pulso IT: un enfoque internacional y la IA como tema central

Este año, Pulso IT contará con una novedad importante: un panel internacional que reunirá a la Cámara de Distribuidores IT de Brasil (Abradisti) y a la consultora Context. “Hemos contactado a nuestros colegas de Brasil para armar un panel junto con CADMIPyA y Context, donde hablaremos sobre las tendencias de distribución IT a nivel global”, detalló Boggio. “Brasil es mucho más grande que Argentina, y Europa lo es aún más, pero ver que las tendencias son similares nos da una visión más amplia y nos tranquiliza sobre el rumbo que estamos tomando”.

Otro de los temas clave de esta edición será la inteligencia artificial (IA). “Aunque aún no sabemos con certeza hasta dónde llegará la IA, es evidente que estamos ante el inicio de una nueva revolución”, mencionó Boggio. “Habrá muchas charlas sobre este tema, porque es crucial que los actores del sector IT estén al tanto de los avances en IA y cómo impactarán en los negocios”.

Air Computers apuesta a la financiación del canal: “un diferencial único en el mercado”

En medio de la evolución constante del sector tecnológico, este año el mayorista IT AIR Computers ha logrado un crecimiento significativo en la comercialización de marcas líderes como HPE, Aruba, Lenovo, HP y APC. Sergio Airoidi, CEO de AIR Computers, destacó que este avance es el resultado del compromiso de la empresa con la innovación y la excelencia, lo que la posiciona como un aliado estratégico para las soluciones tecnológicas que miran hacia el futuro.

“En un año de constante evolución, hemos logrado un crecimiento significativo en las ventas de marcas líderes”, señaló Airoidi, subrayando el papel crucial que juega AIR Computers en el ecosistema tecnológico. La compañía también ha reforzado su apoyo al canal, reconociendo la importancia de trabajar de la mano con sus socios para impulsar su crecimiento.

En línea con este objetivo, AIR Computers ha lanzado un nuevo programa de financiamiento con e-checks a 360 días, una iniciativa que Airoidi describe como “un diferencial competitivo único en el mercado”.

Este programa ofrece a los resellers la flexibilidad y seguridad necesarias para expandir sus negocios en un entorno desafiante, permitiéndoles gestionar mejor su flujo de caja y abordar proyectos más ambiciosos. “Nuestro compromiso con la innovación y la excelencia nos hacen un gran aliado estratégico”, añadió Airoidi, destacando que esta oferta financiera es una muestra más de cómo AIR Computers apuesta por el éxito conjunto con sus socios del canal.



Sergio Airoidi, CEO de Air Computers.

Además, Airoidi resaltó el éxito de CX, una de las marcas propias de AIR Computers, que sigue consolidándose como la número uno en ventas dentro del sector gubernamental. “CX sigue garantizando calidad y fiabilidad de sus equipos”, afirmó, señalando que este liderazgo es un testimonio de la confianza que las instituciones públicas depositan en la marca.

Ceven premia a sus clientes con un viaje a Brasil



Alberto Carbajal, Product Manager de HP Poly en Ceven; y Ayelen Tanalla, Product Manager de HP y HyperX en Ceven.

El mayorista tecnológico Ceven lanzó un programa que ofrece a los resellers la posibilidad de ganar un viaje todo incluido para dos personas al Club Med Rio das Pedras, en Brasil. Este incentivo está dirigido a quienes realicen compras de productos de las marcas HP, HP Poly y HyperX antes del 6 de noviembre, acumulando puntos que les permitirán acceder a unas vacaciones de 7 noches y 8 días en este destino, sin necesidad de preocuparse por agendas o itinerarios.

Con más de 20 años distribuyendo productos HP, Ceven ha consolidado su posición como distribuidor, ofreciendo soluciones tecnológicas que abarcan cómputo, desktops e impresión, además de una amplia gama de productos para gamers bajo la marca HyperX, y equipos de videoconferencias y audio corporativo a través de HP Poly. Esta diversidad permite a los resellers acceder a un catálogo completo que impulsa el crecimiento de negocios de diferentes tamaños.

Ayelen Tanalla, Product Manager de HP y HyperX, señaló que la oferta incluye “notebooks HP con o sin sistema operativo, desktops y mini PC con Windows 11 Pro para el sector corporativo, y una línea completa de accesorios gaming

HyperX”. La variedad de productos, según Tanalla, permite a los partners ofrecer soluciones de alta calidad.

En el ámbito corporativo, HP Poly se presenta como una opción integral para mejorar la experiencia en llamadas y videoconferencias empresariales. Según Alberto Carbajal, Product Manager de HP Poly, esta marca destaca por su tecnología de punta: “Los dispositivos ofrecen cámaras 4K con lentes dobles, altavoces estéreo con reducción de sonido y la integración de inteligencia artificial, entre otras características”.

Victoria Villa, responsable de Marketing de Ceven, destacó: “Queremos recompensar a nuestros clientes por su lealtad con un viaje donde la única tarea sea relajarse y disfrutar. Sabemos que cada año trae nuevos desafíos, y apreciamos que nos sigan eligiendo como socios de negocio”.

Los interesados en conocer más sobre el programa, así como las bases y condiciones para participar, pueden ingresar a Ceven Mundo HP. Además, se encuentran disponibles promociones especiales de hasta un 20% de descuento en productos de estas marcas.

Mis 10 recomendaciones para el canal, en lo que queda del 2024



Escribe

Pablo Seltzer

CEO de Netpoint Argentina

A continuación, comparto 10 recomendaciones para que resellers e integradores puedan capitalizar las tendencias para puntos de venta (POS) y captura automática de datos, ayudando a sus clientes a mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del usuario.

1. Modernización de terminales POS: una oportunidad para diferenciarse. El canal debe promover la actualización de terminales POS, recomendando dispositivos con pantallas táctiles y sistemas operativos modernos. Esto mejora la experiencia del usuario final y también fortalece la seguridad, un valor añadido esencial. Apostar por esta tecnología es una excelente forma de diferenciarse.

2. Pagos sin contacto: faciliten la transición al futuro. La tecnología NFC para pagos sin contacto se está consolidando como estándar. Los proveedores deben estar preparados para ofrecer terminales compatibles, destacando su integración con billeteras digitales y la rapidez que ofrecen en las transacciones.

3. Soluciones de autoservicio: eficiencia que vende. Los kioscos de autoser-

vicio son cada vez más demandados en sectores como el retail y la gastronomía. Esta es una excelente oportunidad para ofrecer soluciones que no solo mejoren la eficiencia de sus clientes, sino que también reduzcan los costos operativos.

4. Captura de datos móvil: clave para optimizar la logística. La captura de datos móviles es una tendencia en crecimiento, especialmente en logística y retail. El canal debe enfocarse en ofrecer dispositivos móviles robustos con escáneres integrados, destacando su capacidad para optimizar las operaciones de inventario y mejorar la precisión en la gestión de stock. Estos dispositivos también son una puerta de entrada para otras soluciones complementarias.

5. Impresión térmica avanzada: un diferencial en el punto de venta. La impresión térmica avanzada es una tecnología que sigue siendo relevante para mejorar la eficiencia en el punto de venta. Promover impresoras térmicas de alta velocidad con conectividad inalámbrica es una oportunidad, subrayando cómo pueden agilizar los procesos y mejorar la experiencia del cliente.

6. Lectores de códigos 2D: precisión y versatilidad. La demanda de escáneres capaces de leer códigos QR y DataMatrix está en auge. Es fundamental promover estos dispositivos como una solución para el seguimiento de productos y promociones. La versatilidad de estos lectores permite mejorar la precisión en la gestión de inventarios y personalizar las campañas de marketing.

7. Balanzas inteligentes: conectividad al servicio del control. Las balanzas inteligentes con conectividad a la nube están revolucionando el control de inventarios en el retail y la gastronomía. Existe hoy una oportunidad de posicionar estas balanzas como una solución avanzada para una gestión precisa y en tiempo real de los recursos.

8. Dispositivos wearables: potenciando la eficiencia operativa. Los dispositivos wearables representan una gran oportunidad para quienes buscan ofrecer soluciones innovadoras en almacenes y tiendas. Al mejorar la eficiencia en tareas como el picking y la atención al cliente, estos dispositivos pueden convertirse en una pieza clave dentro de una oferta tecnológica integral.

9. Cámaras inteligentes: optimización basada en datos. Las soluciones de cámaras con IA están transformando la forma en que las empresas analizan el tráfico de clientes. Pueden aprovechar esta tendencia para ofrecer soluciones que ayuden a optimizar la disposición de las tiendas y mejorar la experiencia del cliente.

10. Terminales robustas: fiabilidad en cualquier entorno. Finalmente, en sectores como la construcción, la logística y la manufactura, la fiabilidad es esencial. Ofrecer terminales POS y dispositivos de captura de datos diseñados para soportar entornos difíciles puede ser una ventaja competitiva clave para asegurar la continuidad operativa en cualquier circunstancia.

ViewSonic y Distecna fortalecen su relación para sumar valor al canal



ViewSonic Week en Distecna.

ViewSonic y el mayorista IT Distecna llevaron adelante el ViewSonic Week, donde además de brindar capacitación a todo el equipo de ventas del distribuidor, aprovecharon el tiempo compartido para hablar de los productos y compartir vivencias. Marcos Paredes, Territoty Manager de ViewSonic junto a Catalina Comotti, Education Specialist de ViewSonic, estuvieron a cargo de realizar diversas demostraciones de productos de las líneas de proyectores, monitores, solución TeamJoin para Microsoft Teams Rooms y pantallas ViewBoards con el software myViewBoard.

“Fue una semana súper productiva donde además de brindar capacitación y asesoramiento al equipo de ventas de todos nuestros productos, pudimos compartir vivencias, experiencias y despejar dudas”, comentó Paredes. “Este enfoque integral subraya el compromiso de ViewSonic con la excelencia en la tecnología educativa y empresarial”.

La oficina de Distecna se transformó para la ocasión, decorada con los colores y logotipos de ViewSonic. Además de las

presentaciones técnicas, se habilitó un espacio para comidas y conversaciones, facilitando una interacción más cercana y el fortalecimiento de vínculos entre ViewSonic y Distecna.

“El reciente evento fue valioso para nosotros y el equipo de ViewSonic, fortaleciendo la colaboración entre ambas empresas e impactando significativamente la capacitación de los vendedores en las tres unidades de negocio: Corporativo, SMB y Masivo”, expresó Mónica González, Gerente del Segmento Masivo de Distecna.

“Aprovechamos la ocasión para mejorar las habilidades de nuestro equipo de ventas, asegurando una mayor eficacia en la atención a clientes en todos los segmentos. Por su parte, el equipo de ViewSonic reforzó su relación con nosotros, mejorando la eficiencia en la distribución de sus productos. En resumen, el evento tuvo un impacto positivo en la capacitación y el rendimiento de ambas compañías, preparándolas para liderar en sus mercados”, agregó González.

OCRL impulsa Seagate: “Tenemos buenas expectativas para lo que resta del año”

El mayorista IT OCRL se encuentra impulsando en el mercado Argentino los productos de Seagate, una de las marcas estrella en el segmento de soluciones de almacenamiento. CanalAR conversó con Lucas Barrameda, Product Manager de Seagate en OCRL, quien ofreció un panorama sobre el perfil de los clientes que buscan estas soluciones y los planes comerciales que tienen para la marca en el país.

“El perfil de cliente de Seagate es muy amplio y abarca desde pequeñas y medianas empresas hasta grandes corporaciones. Nuestros clientes buscan soluciones de almacenamiento para diversos propósitos, como el almacenamiento de datos, la virtualización, la seguridad de la información y la alta disponibilidad”, explicó el PM.

En general, quienes eligen Seagate valoran la calidad, rendimiento y confiabilidad de sus productos, algo crucial en un mercado donde la seguridad de la información y la disponibilidad de datos se ha vuelto un tema prioritario para empresas de todos los tamaños.

Uno de los aspectos más importantes para garantizar el éxito de una marca como Seagate en Argentina es la logística y distribución eficiente, una tarea en la que OCRL juega un papel central.

“La relación con OCRL es estratégica para garantizar una distribución eficiente de los productos en todo el territorio argentino”, comentó Barrameda, subrayando la importancia de optimizar los procesos logísticos y asegurar la disponibilidad de productos en los puntos de venta.

Además, OCRL se enfoca en brindar un soporte técnico especializado a sus partners, asegurando que estén capacitados para ofrecer un servicio de alta calidad a los clientes. “Implementamos programas de capacitación



Lucas Barrameda, PM Seagate en OCRL.

y certificación para nuestros distribuidores”, añadió, lo que les permite estar al tanto de las últimas novedades tecnológicas y de las soluciones más innovadoras en almacenamiento.

Con un panorama tan dinámico en el sector tecnológico, ambas empresas tienen claros sus objetivos comerciales para los próximos meses.

“Nos centramos en consolidar nuestra posición en el mercado argentino, ampliando nuestra base de clientes y fortaleciendo nuestra presencia en nuevos segmentos”, afirmó Barrameda.

“Tenemos buenas expectativas para lo que resta del año. Confiamos en que nuestras soluciones de almacenamiento seguirán siendo muy demandadas en el mercado argentino y esperamos continuar creciendo a un ritmo sostenido junto a Seagate”, finalizó el PM.

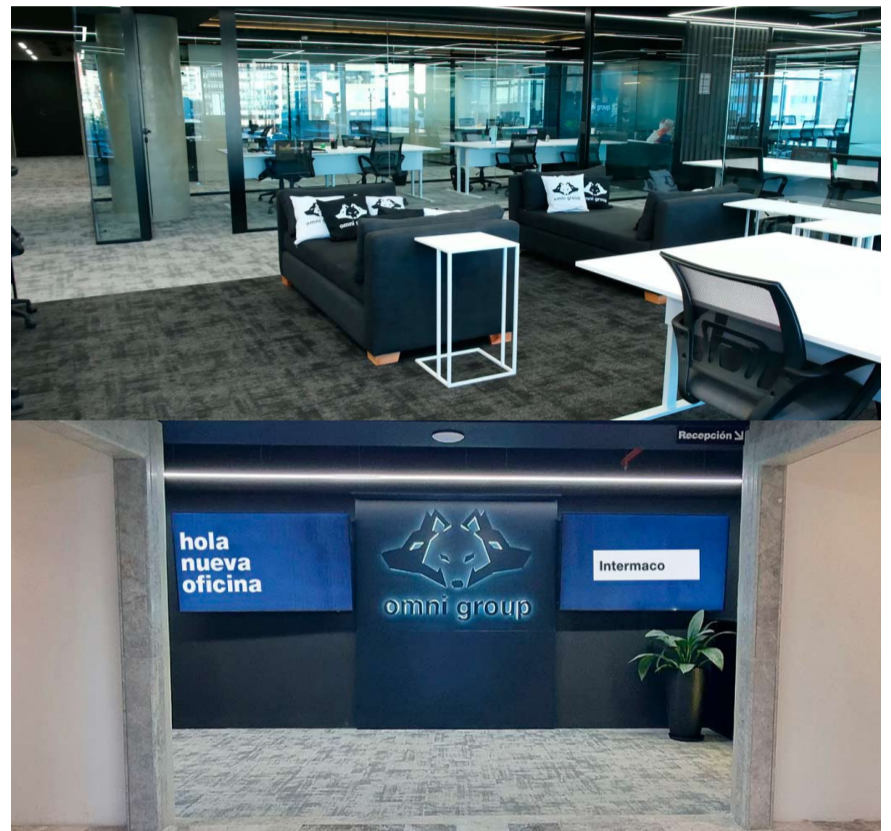
Intermaco inaugura nuevas oficinas y consolida su posición en el mercado tecnológico

El mayorista tecnológico Intermaco dio un importante paso en su fortalecimiento dentro del sector IT con la reciente inauguración de sus nuevas oficinas en la ciudad de Buenos Aires. Este nuevo espacio, moderno y diseñado para satisfacer las crecientes necesidades del equipo y el canal de resellers, representa un hito y refuerza su estrategia de consolidación en el competitivo mercado tecnológico mayorista.

Las flamantes oficinas se destacan por su capacidad para realizar demostraciones de productos y organizar eventos especiales junto a resellers y partners tecnológicos. Este entorno dinámico permite a Intermaco crear un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, capacitación y presentación de nuevas tecnologías. Desde su apertura, el espacio ya ha sido escenario de importantes eventos como los Partner Trainings Intermaco, un FloorDay junto a Dell Technologies, capacitaciones con Forza Power Technologies y ASUS, un Tech Breakfast con Verbatim, y un Epson Day, entre otros encuentros. Durante los últimos dos años, Intermaco ha renovado su imagen y ampliado su cartera de partners tecnológicos, lo que le ha permitido diversificar su oferta y ofrecer soluciones de valor en distintos segmentos. Este crecimiento ha ido de la mano con un enfoque centrado en la innovación y la excelencia en el servicio, posicionándolo como un jugador clave en el ecosistema tecnológico B2B argentino.

“La sinergia entre Intermaco y sus socios tecnológicos ha sido un motor fundamental en esta etapa de expansión. La colaboración estrecha con marcas líderes optimizó la oferta de productos y servicios para los canales”, explicó a CanalAR Marcelo Pelayo, Director Comercial del Segmento Corporativo. “Con esta estrategia, Intermaco y sus socios buscan mantenerse en la vanguardia del sector, ofreciendo soluciones integrales que se adaptan a las demandas cambiantes del mercado”.

Además, Pelayo subrayó el crecimiento de la empresa a lo largo de 2023: “Hemos consolidado nuevos vínculos, clientes y negocios, afianzando relaciones comerciales. Todo esto ha permitido que nuestro equipo crezca de manera significati-



va”. Y agregó: “Para lo que resta del 2024 esperamos seguir ampliando nuestras alianzas con nuevas marcas, aunque aún no podemos anunciar los detalles. A pesar de la incertidumbre económica en Argentina, estamos comprometidos a continuar creciendo junto a nuestros partners y clientes”.

El nuevo espacio es una pieza clave en la estrategia de Intermaco. No solo actúa como un lugar para el trabajo colaborativo, sino también como un centro de innovación donde los resellers pueden conocer de primera mano las últimas soluciones tecnológicas. Esto refuerza el compromiso de la empresa con el canal, brindándoles herramientas y conocimientos para mejorar sus propuestas comerciales.

En un sector marcado por la constante evolución, Intermaco apuesta por seguir ofreciendo valor agregado a través de sus alianzas estratégicas, un servicio de alta calidad y una infraestructura que acompaña el crecimiento de sus socios de negocio. Con sus nuevas oficinas y un equipo en constante expansión, la empresa sigue posicionándose como un referente clave en el ecosistema tecnológico.

Elit y Lenovo refuerzan su alianza con el portafolio completo de PCs y accesorios consumer

Lenovo y el mayorista IT Elit han decidido fortalecer su colaboración en el segmento de consumo, presentando una nueva línea de productos y accesorios que buscan expandir su presencia en el mercado, particularmente en el interior del país. Esta alianza, que ya cuenta con más de una década, sigue apostando por ofrecer soluciones tecnológicas innovadoras y de calidad.

Manuel Coen, Consumer Sales Manager de Lenovo, destacó la importancia de Elit como socio estratégico, resaltando la visión compartida a largo plazo para desarrollar el segmento de consumo T2 y resellers en Argentina. “Elegimos a Elit como socio estratégico porque compartimos una visión a largo plazo en el desarrollo del segmento de consumo T2 y resellers en Argentina. Con más de 10 años de colaboración, hemos construido una relación sólida basada en el trabajo en equipo y el crecimiento mutuo”, señaló. Además, subrayó el papel de Elit en el crecimiento de Lenovo: “Elit ha demostrado una excelente capilaridad en el interior del país, con una presencia muy fuerte en provincias clave como Santa Fe, Buenos Aires, Córdoba y Mendoza, lo que nos permite llegar a más usuarios a nivel nacional. Además, su enfoque dedicado en el desarrollo del segmento de consumo y su red de resellers les convierte en un socio ideal para expandir nuestro portafolio de PC y accesorios”.

Por su parte, Mariela Chiaradia, Product Manager de Lenovo en Elit, explicó que este lanzamiento incluye mochilas, combos de teclados y mouse inalámbricos, auriculares y otros periféricos de alta calidad. “Lenovo es una garantía de calidad, y con esta nueva línea de accesorios queremos ofrecer una solución completa a nuestros clientes”, afirmó. En cuanto a las expectativas con esta nueva propuesta, Coen mencionó: “Esperamos un buen segundo semestre en términos de crecimiento, especialmente impulsado por la introducción de nuestra nueva línea de accesorios y la expansión del ecosistema Lenovo a través de Elit. El objetivo es llegar a cada consumidor final, no solo con soluciones de hardware, sino también con productos que completen y mejoren su



Manuel Coen, Consumer Sales Manager de Lenovo.

experiencia tecnológica”. Esto reafirma la importancia de una colaboración sólida entre ambas empresas, con miras a seguir liderando el segmento de consumo en el país. Chiaradia destacó algunos productos clave, como las mochilas de diseño moderno y ergonómico, que se presentan como una opción cómoda y de calidad. Asimismo, resaltó los auriculares gamer de alta performance, diseñados para satisfacer las demandas de los usuarios más exigentes: “Estos auriculares son el complemento ideal para las notebooks LOQ y las consolas LEGION”, comentó.

De cara al futuro, Coen subrayó las proyecciones de crecimiento que se esperan lograr con la introducción de estos nuevos productos: “podemos destacar que la alianza entre Lenovo y Elit se basa en más de una década de trabajo conjunto y una visión compartida de crecimiento mutuo. Este año, seguimos apostando por desarrollar nuestros canales de distribución y por ofrecer un ecosistema completo de productos que permita a los consumidores acceder a soluciones tecnológicas innovadoras y de calidad. Con Elit, estamos convencidos de que seguiremos liderando el segmento de consumo, con un enfoque especial en las necesidades del interior y un compromiso de continuidad y desarrollo a largo plazo”.

Corcisa incorporó a su distribución la línea de impresoras e insumos Pantum

El mayorista IT Corcisa acaba de incorporar la marca Pantum a su línea de distribución de productos. Se trata de una empresa internacional dedicada al desarrollo, fabricación y venta de impresoras láser y cartuchos de tóner, destacada por sus tecnologías avanzadas y un enfoque en soluciones de impresión confiables y ecológicas.

Hernán Ibarra, Product Manager de Pantum en Corcisa, explicó a CanalAR que esta alianza responde a la necesidad de cubrir un espacio vacío en su portafolio. “Con Pantum, ofrecemos impresoras y multifuncionales de hasta 30 páginas por minuto (ppm), con insumos muy competitivos. Con Pantum tenemos el tóner original más económico del mercado, sin dudas”, señaló Ibarra.

La propuesta de Pantum se centra en brindar a los resellers una opción de alta rentabilidad. “Nuestros productos son versátiles, con excelentes prestaciones y precios competitivos, todo sin sacrificar calidad”, agregó Ibarra. Corcisa se enfocará en impulsar modelos que van desde 22 a 30 ppm, con rendimientos de toners que van desde las 1600 Páginas a las 6000 páginas (dependiendo la versión y velocidad) y que pueden recargarse hasta 4 veces.

Esto, además, con la novedad de que los consumibles Pantum cuentan con un Sistema de Recarga Original Pantum (Pantum Refill Kit), de fácil uso y aplicación, que hace aún más competitivo el costo y además mantiene la garantía del producto. Cabe destacar que tanto los equipos como los consumibles originales Pantum tienen 1 año de garantía.

Para dar a conocer esta nueva alianza, Corcisa implementará diversas acciones de lanzamiento, que incluyen descuentos en envíos de productos, bonificaciones por cumplimiento de cuota durante octubre, noviembre y diciembre, así como participaciones en eventos, desayunos y capacitaciones. “La idea es captar un mercado



Hernán Ibarra, Product Manager de Pantum en Corcisa.

que aún no trabaja con la marca Pantum. Corcisa viene a sumar nuevos canales, y ese es nuestro objetivo: ser totalmente incrementales”, destacó Ibarra.

Dentro de la gama de productos que ofrece Corcisa, se destaca la impresora LASER P3010DW, que alcanza 30 ppm y tiene un ciclo mensual de hasta 25,000 páginas (con un tóner starter de 1500 páginas y luego toners de hasta 6000 páginas de rendimiento, incluyendo la opción de refill kit).

Esta impresora cuenta con conectividad Hi-Speed USB 2.0, WIFI 802.11b/g/n y Ethernet 10/100Base-Tx, así como una bandeja de entrada para 250 hojas y duplex automático, convirtiéndola en una opción ideal para las necesidades de impresión de empresas de diversos tamaños.

La alianza entre Corcisa y Pantum representa una oportunidad para ofrecer soluciones de impresión de alta calidad a precios competitivos, beneficiando a los resellers y, en última instancia, a los usuarios finales. Con un enfoque en la innovación y la rentabilidad, esta colaboración promete un impacto positivo en el mercado de impresión.

David Maximiliano Barraza es el nuevo Gerente Comercial de PC ARTS Argentina



David Maximiliano Barraza, nuevo Gerente Comercial de PC Arts Argentina.

El mayorista IT PC ARTS ha anunciado la designación de David Maximiliano Barraza como su nuevo Gerente Comercial. Con más de una década de experiencia en ventas dentro del sector tecnológico, Barraza asume el liderazgo de la estrategia comercial de la compañía en un contexto de innovación y expansión.

Barraza ha ocupado diversos cargos en distintas empresas como APC By Schneider Electric, en la que fue responsable de la coordinación de ventas y canales en Argentina, Paraguay y Uruguay. Su experiencia en

el manejo de equipos y su enfoque en el cumplimiento de objetivos comerciales han sido claves en su carrera.

“Es un honor para mí unirme a PC Arts en este desafío”, afirmó David Maximiliano Barraza. “Estoy convencido de que podemos llevar a la empresa a nuevas alturas, con un enfoque centrado en las necesidades del cliente y la innovación continua en nuestras soluciones comerciales”.

Con este nombramiento, Barraza se enfocará en la estrategia de ampliar

la presencia de PC Arts en el mercado y fortalecer las relaciones con socios y clientes clave.

Su liderazgo buscará posicionar a la compañía como referente en la industria, anticipándose a las tendencias tecnológicas y ofreciendo un servicio de excelencia que responda a las demandas del mercado actual.

TD SYNnex adquiere el negocio de migración en la nube de IPsense en Brasil

TD SYNnex, uno de los principales distribuidores globales y agregadores de soluciones para el ecosistema de TI, acaba de anunciar la adquisición del negocio de migración en la nube de IPsense, un proveedor líder de soluciones de nube en Brasil.

Esta adquisición permitirá a TD SYNnex crear un nuevo centro de competencia en la nube en Brasil, que estará dedicado a ayudar a sus socios comerciales a migrar las cargas de trabajo de sus clientes hacia la nube de manera eficiente y sin contratiempos.

La transacción, que aún está sujeta a las condiciones de cierre habituales, se espera que se complete en un plazo de 30 a 90 días. Con la integración del negocio de migración en la nube de IPsense, TD SYNnex busca fortalecer su cartera de servicios y ofrecer mayor valor a sus revendedores, al tiempo que posiciona a sus socios como actores clave en el proceso de transformación digital en América Latina.

IPsense es reconocido por su especialización en el diseño, integración e implementación de soluciones de Amazon Web Services (AWS). Tras la adquisición, TD SYNnex integrará el modelo de ventas de IPsense en su modelo de distribución de dos niveles, aprovechando las fortalezas de ambas empresas. Esta sinergia permitirá a los socios comerciales de TD SYNnex ofrecer un portafolio integral de soluciones en la nube, optimizando las migraciones de cargas de trabajo de los usuarios finales y fomentando proyectos colaborativos entre socios.

Otavio Lazarini, presidente para América Latina y el Caribe de TD SYNnex, destacó la importancia de esta operación en el contexto de la transformación digital de la región. “La adición del negocio de migración en la nube de IPsense fortalecerá significativamente nuestra posición y la de nuestros revendedores en el viaje hacia la digitalización en América Latina. Al combinar su ex-



Otavio Lazarini, presidente para América Latina y el Caribe de TD SYNnex.

periencia técnica con nuestra oferta existente, estamos mejor equipados para ofrecer soluciones escalables, seguras y avanzadas, adaptadas a las necesidades específicas de nuestros socios y sus clientes”, afirmó Lazarini.

Por su parte, Luiz Herculano, socio fundador y director de IPsense, celebró el acuerdo como un hito clave para la empresa. “Unirnos a TD SYNnex abre oportunidades de crecimiento sin precedentes en el mercado. Nuestro éxito se ha basado en el compromiso y el conocimiento de nuestro equipo, y ahora podremos ofrecer aún más valor a nuestros socios en Brasil y, eventualmente, en toda América Latina”.

Es importante señalar que el negocio de análisis, big data y aprendizaje automático de IPsense no está incluido en esta transacción y continuará operando bajo una nueva marca, dirigida por George Randolph.

Tecspal, un nuevo eslabón en la cadena de distribución IT



Juan Manuel Cat, CCO; Santiago Alcuri, COO; y Juan Pablo Bordaberry, CEO; fundadores de Tecspal.

En un contexto donde el trabajo remoto se ha consolidado como una modalidad clave para las empresas, los desafíos logísticos para dotar a los empleados de la tecnología adecuada se han vuelto más complejos y urgentes. En este escenario, la startup uruguaya Tecspal, fundada en 2022, ha emergido como una solución innovadora para empresas que necesitan equipar tecnológicamente a sus colaboradores, sin importar su ubicación en el mundo.

Tecspal ofrece una plataforma que simplifica el proceso de adquisición y distribución de hardware, entregando equipos en un promedio de 3.5 días.

Este modelo elimina la necesidad de interactuar con múltiples proveedores y lidiar con distintas monedas, permitiendo a las empresas concentrarse en su crecimiento y productividad. Actualmente, la startup presta servicios a más de 200 empresas a nivel global, convirtiéndose en un socio estratégico en la gestión tecnológica.

“Gestionamos desde el abastecimiento hasta la distribución de equipos, insumos y dispositivos a través de nuestra plataforma digital, con soluciones adaptadas a las normativas específicas de los más de 85 países donde operamos. Nos especializamos

en ofrecer un servicio a medida que garantiza la entrega rápida y eficiente, superando los desafíos e incluso las complejidades de cada mercado”, explicó Juan Pablo Bordaberry, CEO de Tecspal.

Además de la distribución de hardware, Tecspal ofrece servicios complementarios que optimizan las operaciones tecnológicas de sus clientes. Entre ellos destaca la gestión global de hardware, que permite a las empresas monitorear y controlar sus dispositivos desde una única plataforma, simplificando la administración de activos tecnológicos.

NEORIS fue adquirida por EPAM Systems

La empresa EPAM Systems, líder en servicios de transformación digital e ingeniería de productos, anunció la adquisición de NEORIS, la consultora global de tecnología avanzada, de origen argentino, con sede en Miami.

La compra, realizada a fondos gestionados por Advent International y a Cemex, permitirá a EPAM expandir sus capacidades en mercados clave de América Latina, España y Estados Unidos.

NEORIS, con más de 4,700 profesionales en centros de talento en América Latina y Europa, se especializa en proyectos complejos de transformación digital en sectores como manufactura, banca, retail, telecomunicaciones y medios. La consultora ha sido reconocida por su experiencia en áreas como ingeniería de software, consultoría tecnológica, inteligencia artificial, experiencia digital y arquitectura empresarial.

Arkadiy Dobkin, CEO y presidente de EPAM, destacó que “El compromiso de NEORIS con la calidad, la innovación y el alto nivel de servicio al cliente, junto con su experiencia en industrias clave, los convierte en un socio ideal para nosotros”.

Esta adquisición no solo fortalecerá la presencia de EPAM en América Latina, sino que también



Martin Mendez, CEO de NEORIS.

mejorará sus capacidades de entrega en Europa, India y la región de Asia-Pacífico.

Por su parte, Martin Mendez, CEO de NEORIS, expresó su entusiasmo por la alianza, señalando que “esta asociación con EPAM nos permitirá liderar la ola global de transformación digital y ofrecer soluciones tecnológicas aún más avanzadas a nuestros clientes”.

La unión de ambas empresas creará

una oferta de mercado ampliada, beneficiando a clientes en América Latina y mercados de habla hispana y portuguesa.

La venta de NEORIS también es parte de la estrategia de Cemex para centrarse en sus negocios principales. Fernando Gonzalez, CEO de Cemex, destacó que la empresa continuará colaborando con NEORIS y EPAM para fortalecer su liderazgo en tecnologías digitales.

Finnegans se compromete a cuadruplicar su negocio en cinco años

Durante su evento anual celebrado en el Planetario de Buenos Aires, Finnegans, compañía pionera en el desarrollo de software de gestión, reveló su ambicioso plan de crecimiento para los próximos cinco años: cuadruplicar su negocio antes de 2029. Además, la firma reafirmó su compromiso con la comunidad, destinando el 1% de su facturación en subsidios, becas y apoyo social. En este marco, Blas Briceño, CEO y fundador de Finnegans, destacó los logros alcanzados por la compañía desde su fundación en 1992 y compartió las claves de este plan de crecimiento que busca seguir fortaleciendo su presencia en Latinoamérica. “Somos una empresa de tecnología, pero también somos personas que interactúan día a día con otras personas, como ustedes. Nuestro objetivo es crecer juntos y mejorar en ese proceso”, reflexionó Briceño durante su discurso.

Los planes de crecimiento de Finnegans se alinean con su reciente expansión en Uruguay y Paraguay, donde desembarcaron este año con una inversión de medio millón de dólares. Actualmente, Finnegans acompaña a más de 6.500 organizaciones en 25 países con sus plataformas de gestión, en sectores como la agroindustria, la construcción y los servicios. Uno de los ejes principales de la estrategia es su programa de impacto social. A través de su iniciativa +Oportunidades, la compañía busca brindar herramientas a jóvenes de sectores vulnerables para que puedan continuar sus estudios e insertarse en el mercado laboral. Gracias a la colaboración con la ONG Volando Alto, en Concordia, Entre Ríos, más de 400 jóvenes ya trabajan en empresas de software, con el objetivo de alcanzar los mil empleados en el sector en los próximos cinco años. Además, Finnegans colabora con el Banco de Alimentos, apoyando la misión de generar un triple impacto a través de una aplicación móvil que conecta a organizaciones necesitadas de alimentos con proveedores disponibles, contribuyendo a la reducción del hambre y el desperdicio alimentario.

De cara a 2025, Finnegans finalizará la construcción de su nueva sede corporativa en el barrio porteño de Chacarita.



Evento anual de Finnegans, en el Planetario de Buenos Aires.

El edificio, de casi 3.000 metros cuadrados, será el hogar de los más de 250 empleados de la compañía en Buenos Aires. Además de oficinas, el espacio contará con 15 pisos, seis de los cuales estarán destinados a actividades culturales bajo el marco de Espacio Finnegans, un centro cultural abierto a la comunidad. También habrá espacios de coworking para ONG aliadas.

El evento no solo fue una plataforma para los anuncios estratégicos de Finnegans, sino también una celebración de la creatividad y la innovación. Los asistentes disfrutaron de una charla inspiracional a cargo del columnista Sebastián Campanario, reconocido por su labor en la divulgación de temas de innovación. Además, presenciaron el monólogo “Beto y Atenea”, interpretado por Roberto Peleri y escrito por Emiliano Dionisi para la ocasión, así como una performance musical a cargo de la artista Olivia Firpo.

El cierre del evento estuvo a cargo de Briceño, quien entregó premios a los clientes más innovadores y compartió un mensaje de optimismo: “No importan las limitaciones, tenemos increíbles oportunidades para hacer cosas significativas y valiosas. Creemos que la ética y los negocios pueden ir de la mano, y juntos podemos construir un futuro más amable”, concluyó.

El poder transformador de la IA en el análisis financiero



Escribe

María Laura Palacios

CEO de G&L Group

En la era digital, el sector financiero está experimentando una revolución sin precedentes gracias a la Inteligencia Artificial. Esta tecnología pasó de ser una promesa futurista a convertirse en una realidad tangible que está redefiniendo el panorama financiero. No se trata solo de automatizar tareas repetitivas o de optimizar procesos existentes; la IA está proporcionando herramientas avanzadas que permiten a las organizaciones financieras realizar análisis más profundos, tomar decisiones más informadas y reaccionar con una velocidad y precisión sin precedentes. Esta transformación es tan radical que está desafiando los paradigmas tradicionales del sector, introduciendo un nuevo nivel de sofisticación y eficiencia que anteriormente parecía inalcanzable.

1. La IA y el análisis predictivo: más allá de la intuición humana. Históricamente, el análisis financiero se basaba en la experiencia y la intuición de los analistas. Hoy en día, los algoritmos de aprendizaje automático pueden procesar vastas cantidades de datos en tiempo real, identificando patrones y tendencias que a menudo son invisibles para el ojo humano. Esto no solo mejora la precisión de las predicciones del mercado, sino que también acelera la toma de decisiones. Por ejemplo, las plataformas de trading algorítmico utilizan modelos de IA para realizar operaciones en milisegundos basadas en análisis de datos complejos. Esto permite a las instituciones financieras capitalizar oportunidades de mercado de manera mucho más eficiente y precisa que antes. Además, el análisis predictivo impulsado por IA está ayudando a las empresas a anticipar movimientos del mercado y ajustar sus estrategias.

2. Optimización del riesgo: decisiones más informadas y menos sesgadas. Uno de los mayores desafíos en el análisis financiero es la gestión del riesgo. La IA está revolucionando esta área al proporcionar modelos más sofisticados para evaluar y mitigar riesgos. Los algoritmos de IA pueden analizar factores de riesgo en tiempo real, ajustando las estrategias de inversión y las políticas de riesgo de manera dinámica. Más allá de la precisión, la IA también está ayudando a reducir el sesgo humano en la toma de decisiones. Los modelos de IA se basan en datos objetivos y algoritmos matemáticos, lo que puede minimizar las decisiones impulsivas o influenciadas por prejuicios personales.

2. Optimización del riesgo: decisiones más informadas y menos sesgadas.

3. Personalización del servicio financiero: un nuevo nivel de atención al cliente. La IA también está transformando la relación entre clientes e instituciones financieras. A través del análisis de datos y el aprendizaje au-

tomático, las entidades pueden ofrecer servicios financieros personalizados que se ajusten a las necesidades y comportamientos específicos de cada cliente. Los chatbots impulsados por IA, por ejemplo, están mejorando la experiencia del cliente al proporcionar respuestas rápidas y precisas a consultas y problemas. Además, la personalización no se limita al servicio al cliente. Los asesores financieros están utilizando IA para ofrecer recomendaciones de inversión personalizadas basadas en el perfil financiero único de cada cliente, sus objetivos y tolerancia al riesgo. Esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también optimiza los resultados financieros.

4. Desafíos y consideraciones éticas. A pesar de sus beneficios, la implementación de IA en el análisis financiero también presenta desafíos y consideraciones éticas. La dependencia excesiva de algoritmos puede llevar a una falta de transparencia en las decisiones financieras, lo que plantea preguntas sobre la responsabilidad y la rendición de cuentas. Además, el riesgo de sesgos en los datos utilizados para entrenar los modelos de IA puede perpetuar desigualdades y generar resultados injustos. Es crucial que las instituciones financieras y los desarrolladores trabajen juntos para abordar estos desafíos, garantizando que la IA se utilice de manera ética y transparente. La colaboración entre programadores, analistas y reguladores será fundamental para asegurar que los beneficios de la IA se maximicen sin comprometer la integridad del sector financiero.

tomático, las entidades pueden ofrecer servicios financieros personalizados que se ajusten a las necesidades y comportamientos específicos de cada cliente. Los chatbots impulsados por IA, por ejemplo, están mejorando la experiencia del cliente al proporcionar respuestas rápidas y precisas a consultas y problemas. Además, la personalización no se limita al servicio al cliente. Los asesores financieros están utilizando IA para ofrecer recomendaciones de inversión personalizadas basadas en el perfil financiero único de cada cliente, sus objetivos y tolerancia al riesgo. Esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también optimiza los resultados financieros.

VISMA anunció su octava adquisición en Latinoamérica: Grupo Rex+



Andrés Gomez (CEO Rex+), Álvaro Capobianco (Presidente VISMA LatAm), Rodrigo Castro (Director Rex+) y Federico Espejo (CFO VISMA LatAm).

VISMA anunció la adquisición de Grupo Rex+, una de las principales empresas de soluciones SaaS para el cálculo de nómina en Chile. Con esta operación, busca afianzar su liderazgo en el sector de tecnología para la gestión de capital humano en Latinoamérica, consolidando su crecimiento en un mercado clave desde su llegada a la región en 2019.

Esta compra refuerza la capacidad de VISMA para ofrecer soluciones integrales de gestión de recursos humanos a empresas de toda la región. El presidente de VISMA Latinoamérica, Álvaro Capobianco, destacó la importancia de esta adquisición: “Rex+ es una empresa

que hemos observado con gran interés por su plataforma moderna y flexible. Me emociona personalmente esta inversión, ya que he vivido en Chile y sigo su desarrollo desde hace más de 20 años. Esta es nuestra segunda adquisición en Chile y la octava en Latinoamérica, alineada con nuestro plan estratégico de expansión”.

Andrés Gómez, CEO de Rex+, expresó: “Formar parte de VISMA nos dará el impulso necesario para expandirnos. Seguiremos comprometidos con ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes y mantenernos como un referente en desarrollo profesional para nuestro equipo”.

El Grupo Rex+ y sus empresas subsidiarias (Rex+, Vixonic, Gaxu y Bnovus) continuarán operando de forma independiente bajo la dirección de Andrés Gómez. El CTO de Rex+, Enrique Castro, también manifestó su entusiasmo: “Unirnos a VISMA, una de las compañías de software más importantes de Europa y América Latina, es una oportunidad increíble. Estamos deseando colaborar y aprender mutuamente”.

VISMA continúa su expansión con el objetivo de posicionarse como el proveedor preferido de software para empresas y emprendedores, según afirmó Steffen Torp, presidente del directorio de VISMA Latin America.

Hacia el/la CEO ciberresiliente



Escribe

Federico Tandeter

Director de Ciberseguridad para Sudamérica Hispana en Accenture

Los costos del cibercrimen alcanzaron los 3 billones de dólares en 2015 y se proyecta que alcancen los 10.5 billones de dólares al año 2025, de acuerdo con un estudio de Cybersecurity Ventures. Los líderes de empresas a nivel mundial reconocen la urgencia de este escenario y, de acuerdo con un informe de Accenture, 96% de los/las CEOs dice saber la importancia que tiene la ciberseguridad como un impulsor de crecimiento, estabilidad y competitividad. Sin embargo, solo 33% afirma saber de ciberseguridad.

Los días en que la ciberseguridad era un tema del departamento de TI han quedado atrás. Y hoy más que nunca el ser ciberresiliente es sinónimo de crecimiento. Según nuestros estudios, aquellas empresas que cuentan con

CEOs que lideran la estrategia de ciberseguridad tienen un 16% más de ingresos. Además, 93% de los ejecutivos de aquellas empresas a nivel mundial líderes en innovación y ciberresiliencia dijo confiar en que su CEO puede hablar externamente sobre ciberseguridad.

Entonces, ¿qué deben hacer aquellos/aquellas CEOs rezagados para avanzar? Enfocarse principalmente en 5 aspectos. El primero es incluir la ciberseguridad en la estrategia de negocio. Esto implica ser el/la impulsor/a principal de una evaluación de riesgos, que después sea la base de la adopción de decisiones de negocios e inversiones. En segundo lugar, se debe establecer accountability sobre la ciberseguridad a través de toda la organización. Para esto, es necesario establecer roles claros y crear una cultura de ciberseguridad, donde el/la CEO sea el rostro principal.

El tercer factor clave es contar con una infraestructura digital efectiva. En ese sentido, es fundamental que los/las CEO impulsen una estrategia Zero Trust. Esto implica un cambio fundamental en cómo se percibe y se lleva a cabo la seguridad dentro de la organización. Significa tratar cada intento de acceso como potencialmente no auto-

rizado, independientemente del origen del usuario o de la ubicación de la red. Al abogar por la verificación continua de identidades, atributos de los dispositivos y componentes de la red, los/las CEOs allanan el camino para una cultura de mayor conciencia de seguridad.

En cuarto lugar, se encuentra impulsar la ciberseguridad en el ecosistema. Para esto es fundamental reconocer el papel crítico de la cadena de suministro en cada negocio y priorizar las asociaciones con empresas que tengan posturas ciberresilientes sólidas. Así también, es necesario implementar políticas y controles personalizados para terceros e involucrarlos en evaluaciones, preparaciones y simulaciones compartidas de crisis cibernéticas.

El último factor clave es la resiliencia continua. Los/las CEOs ciberresilientes mejoran constantemente sus puntos de referencia de rendimiento cibernético para mantenerse al ritmo del panorama de amenazas en evolución.

Abordando estos cinco elementos clave todo/a líder puede convertirse hoy en un/a CEO ciberresiliente. Ante la importante oportunidad que representa la ciberseguridad para el crecimiento de los negocios, el momento de avanzar es ahora.

NOMBRAMIENTOS



Donatella Sebastiani
Kodak Alaris

Entendiendo a sus canales de distribución como socios estratégicos al momento de mantener vivo el vínculo con sus clientes, Kodak Alaris designó a Donatella Sebastiani como Distributor Account Manager para Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay.

Desde su flamante posición, la ejecutiva se enfocará en incentivar la relación con los resellers y promover el desarrollo de oportunidades de expansión a nuevos segmentos, a partir de la identificación de potenciales representantes en verticales con significativas perspectivas de crecimiento para la compañía como salud, banca, gobierno y educación, entre otros.

“Me siento muy hermanada con los países en los que tengo responsabilidad y tomo este desafío con mucha energía y junto a un gran equipo de trabajo. Mi objetivo es impulsar al máximo el crecimiento de nuestros partners en la región y trabajar estrechamente junto a ellos para comprender los procesos de negocio de sus clientes, identificando oportunidades e impulsando la adopción de soluciones de valor que se ajusten a la demanda”, expresó la ejecutiva.



Cristóbal Vergara
SAP

SAP anunció el nombramiento de Cristóbal Vergara como Chief Business Officer (CBO) para la Región Sur de América Latina. Vergara, quien ha ocupado un papel clave en la dirección de SAP Chile desde 2016, asume este nuevo objetivo de consolidar la estrategia de crecimiento de la compañía en mercados como Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia, promoviendo la adopción de soluciones innovadoras y reforzando la transformación digital de las empresas.

“Es un honor para mí asumir este rol en un momento crucial para la industria tecnológica en nuestra región. Mi objetivo es continuar apoyando a las organizaciones en su transformación digital, ayudándolas a ser más ágiles, resilientes y preparadas para el futuro”, señaló Vergara.

Con más de 23 años de experiencia en la industria tecnológica, Vergara es Ingeniero Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile, especializado en Ciencias de la Computación y con un posgrado en Gestión de Inversiones Financieras de la Universidad Adolfo Ibáñez.



Giselle Fuertes
Noventiq

Noventiq, la empresa dedicada a brindar soluciones y servicios de transformación digital y ciberseguridad, acaba de anunciar la incorporación de Giselle Fuertes como nueva Directora de Operaciones para su sede en Argentina. La decisión refleja los resultados positivos y el continuo crecimiento visto en el mercado argentino, en línea con su plan estratégico de expansión y fortalecimiento regional.

Con una licenciatura en Sistemas Tecnológicos y una sólida trayectoria de más de 15 años en el sector, Fuertes se incorporó a Noventiq como la primera empleada virtual del país, desempeñando roles como BDM de marcas y posteriormente ventas y servicios, antes de asumir su nuevo rol. Hoy, el nombramiento de Fuertes se convierte en una pieza clave para dirigir las operaciones de la empresa en el país, y liderar las estrategias de crecimiento y optimización de operaciones.

“Es un honor asumir este nuevo desafío en Noventiq y liderar las operaciones en Argentina. Lo que más me ilusiona es el potencial de crecimiento que veo, tanto para la empresa como para el país”, expresó Fuertes.

El Gobierno organizó una mesa de trabajo sobre Inteligencia Artificial con el sector privado



La Secretaría de Innovación, Ciencia y Tecnología organizó una mesa de trabajo con representantes de empresas tecnológicas para impulsar el desarrollo de la Inteligencia Artificial (IA) en Argentina. El encuentro, presidido por el Secretario de Innovación, Ciencia y Tecnología, Darío Genua, tuvo lugar en el Salón 2 del Centro Cultural de la Ciencia (C3) y contó con la participación de destacados actores del sector privado.

El principal objetivo del encuentro fue fomentar un ecosistema que promueva el uso responsable de la IA en diversos sectores productivos, asegurando su aplicación dentro de un marco ético y sostenible. “Es necesario ser estratégicos en las políticas que despleguemos como país en torno a la IA, ya que hoy nos urge potenciar su desarrollo para no quedarnos atrás en un mundo que avanza rápidamente en esa dirección”, destacó Genua durante la apertura de la jornada.

El secretario también subrayó la importancia de la IA como motor de crecimiento en áreas clave para el país, como la biotecnología, el agro, la energía y la Economía del Conocimiento. “En estas áreas, la Inteligencia Artificial constituye una herramienta fundamental para potenciarlas, y el Estado debe contribuir generando un marco que propicie esa aplicación”, afirmó.

Entre las empresas que participaron de la mesa de trabajo se encontraban Meta, IBM, Google, Globant, Mercado Libre, Amazon Web Services, Worldcoin, Microsoft, Uber, NTT Data, Octopus y Sales Force. Asimismo, asistieron representantes de organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), el Banco Centroamericano de Integración Económica y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), quienes aportaron sus perspectivas sobre el rol de la IA en el desarrollo económico.

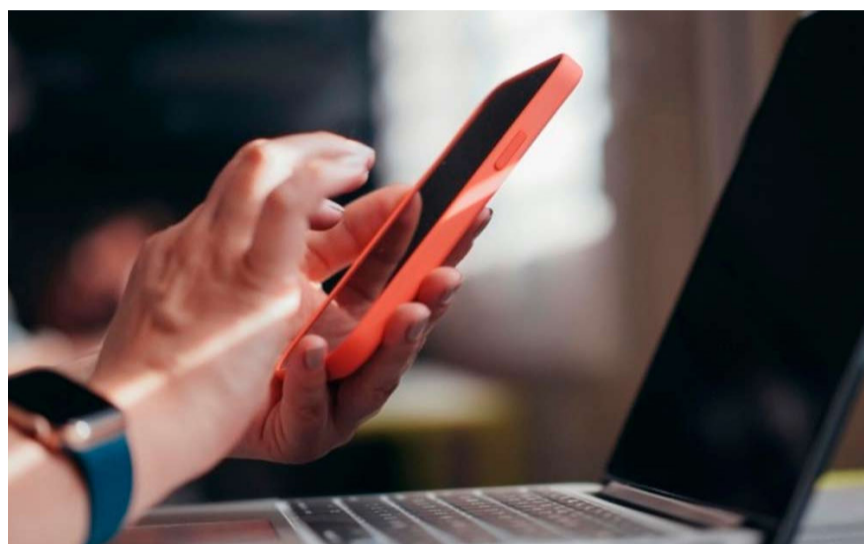
ENACOM lanza un programa para brindar equipamiento y servicios TIC a la administración pública

El Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) anunció la puesta en marcha del Programa “Conectividad Interés Público (CIP)”, una iniciativa destinada a mejorar el acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en diversas áreas de la administración pública, como la educación, la salud y la seguridad. Este programa busca reducir la brecha de conectividad en el país y favorecer el desarrollo de proyectos que mejoren la calidad de vida de los argentinos mediante la inclusión digital.

“Queremos ofrecer servicios y equipamiento TIC a proyectos de diversas áreas del gobierno, para que la inclusión digital se traduzca directamente en una mejor calidad de vida para los argentinos. Este es un paso importante para cerrar la brecha de conectividad en Argentina y fomentar una cooperación más dinámica entre los diferentes niveles de la administración pública”, expresó Juan Martín Ozores, interventor de ENACOM, durante el lanzamiento del programa.

El programa tiene como objetivo dotar a las instituciones públicas de recursos tecnológicos y mejorar la infraestructura TIC a nivel nacional, provincial y municipal. Entre los beneficios que ofrecerá se incluye la posibilidad de conectar hospitales y centros de salud con internet y equiparlos con tecnología avanzada, así como mejorar el seguimiento y control en áreas críticas como puertos y parques nacionales. En el ámbito de la educación, el programa permitirá optimizar los métodos de enseñanza, el diseño de currículas y el acceso a información digital, con la finalidad de modernizar el aprendizaje en las aulas.

El CIP facilitará tanto la conexión a internet, alámbrica e inalámbrica, como el desarrollo de redes de datos y energía. También se entregarán dispositivos electrónicos con acceso a internet, además de brindar servicios y software que fomenten la innovación continua en áreas clave del gobierno. El programa será ejecutado a través de proyectos específicos que serán presentados a ENACOM por las entidades de la administración pública. Una vez que se apruebe una



solicitud, ENACOM se encargará de confeccionar el proyecto, aprobarlo y adjudicar los recursos necesarios. ENACOM también podrá crear sus propios proyectos, garantizando un proceso basado en los principios de igualdad, transparencia y publicidad.

El primer proyecto aprobado bajo el CIP fue presentado por la Secretaría de Educación del Ministerio de Capital Humano, y tiene como objetivo colaborar con el Plan Nacional de Alfabetización. Este proyecto busca fortalecer las actividades educativas y culturales, promoviendo la integración de los sectores más vulnerables del país mediante el acceso a tecnologías adecuadas.

Ozores subrayó la importancia de incluir a la tecnología en la educación: “La tecnología atraviesa todas las áreas de nuestras vidas, y la educación no puede quedar al margen. Es fundamental que los estudiantes cuenten con herramientas tecnológicas adecuadas en las aulas”.

El proyecto se ejecutará por etapas. El Ministerio de Capital Humano deberá solicitar el equipamiento necesario, que será ajustado por ENACOM según la disponibilidad de dispositivos. Finalmente, Capital Humano será responsable de distribuir los equipos e informar sobre su destino y stock restante.

El plan de Mendoza para utilizar IA en sus políticas públicas



Esther Sánchez, rectora de la UNCuyo; el Gobernador Alfredo Cornejo; y Claudio Feijóo, coordinador del proyecto AI4Gov.

El Gobierno de Mendoza lanzó el programa “Inteligencia artificial, políticas públicas y economía del conocimiento”, en colaboración con la Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo) y la plataforma AI4Gov. El acto de lanzamiento, que se celebró en la Nave UNCuyo, contó con la participación del gobernador Alfredo Cornejo, junto a la vicegobernadora Hebe Casado y otras autoridades provinciales, municipales y académicas. La iniciativa busca capacitar a funcionarios públicos en el uso de tecnologías avanzadas como la IA y big data, permitiendo que estas herramientas se integren en la elaboración y gestión de políticas públicas que impulsen el desarrollo regional.

El proyecto tiene como objetivo posicionar a Mendoza como un hub de inteligencia artificial aplicada, capaz de expandirse no solo a otras provincias argentinas, sino también a nivel internacional. “Este hub ayudará a la formación de capital humano en Mendoza, facilitando la transformación digital tanto en el sector público como en el privado”, afirmó Cornejo.

La rectora de la UNCuyo, Esther Sánchez, también celebró el inicio de este desafío, subrayando que el uso de la IA permitirá mejorar la calidad de vida de los ciudadanos a través de soluciones innovadoras tanto en la administración pública como en el sector privado. “Este ecosistema internacional nos inspira para que Mendoza se transforme en un hub de IA en América Latina”, señaló Sánchez. Claudio Feijóo, coordinador del proyecto AI4Gov, destacó el potencial transformador de la IA para el sector público, y señaló que esto se convierte en una ventaja a la hora de desarrollar innovaciones que pueden beneficiar tanto al sector público como al privado.

El lanzamiento también incluyó la firma de la Plataforma de Innovación Colaborativa, un convenio que formaliza la colaboración entre el Gobierno de Mendoza, la UNCuyo y AI4Gov. Esta plataforma tiene como objetivo desarrollar un ecosistema que promueva la implementación de tecnologías que optimicen la gestión pública y contribuyan a la sostenibilidad y accesibilidad tecnológica en toda la región.

AI Academy, lo nuevo de Coderhouse en cursos con inteligencia artificial aplicada

Con el mercado de la inteligencia artificial proyectado a crecer un 37,7% cada año hasta 2030, según un estudio de Grand View Research, la tecnología está ganando terreno en todas las industrias. En línea con estas tendencias, la plataforma de educación digital Coderhouse lanzó AI Academy, una serie de cursos que incorporan inteligencia artificial aplicada a diversas disciplinas.

“Nuestros cursos están pensados para profesionales y empresas que buscan simplificar su tarea día a día, lograr nuevos estándares de calidad y llevar su productividad a un siguiente nivel”, comentó Nicolás Seguro,

Gerente de IA de Coderhouse. Según el directivo, estos cursos están diseñados tanto para individuos como para empresas que desean integrar IA en sus tareas habituales, beneficiando a empleados y mejorando su desempeño en campos como diseño, copywriting y community management.

La implementación de módulos de IA en los cursos de Coderhouse responde a la creciente demanda de habilidades tecnológicas avanzadas en el mercado laboral. A medida que la tecnología se convierte en un componente central en todas las industrias, la capacidad de utilizar IA se está convirtiendo en un diferenciador clave.

“La inteligencia artificial no es solo una tendencia, sino una herramienta esencial para generar un diferencial en nuestros estudiantes. Queremos que todos tengan la oportunidad de conocer las herramientas de IA disponibles para sus roles y que puedan aprender a utilizarlas para destacarse en su posición”, enfatizó Seguro.

Además de mejorar el rendimiento profesional, la adop-



Nicolás Seguro, Gerente de IA de Coderhouse.

ción de IA tiene un impacto significativo en la competitividad de los profesionales. Un informe de McKinsey estima que la inteligencia artificial creará 133 millones de nuevos empleos para 2030, lo que subraya la importancia de adquirir habilidades relacionadas con esta tecnología.

Los cursos ofrecidos por Coderhouse están diseñados no solo para aumentar la productividad en los roles actuales, sino también para consolidar perfiles competitivos, mejorar los resultados laborales, y fomentar la creatividad. La IA permite un análisis avanzado de datos, inspirando nuevas formas de resolver problemas y optimizar el trabajo.

“La IA representa una transformación en cómo se realiza el trabajo y se crea valor en la sociedad. Al ofrecer cursos con IA aplicada, nos aseguramos de que nuestros estudiantes no solo entiendan estas tecnologías, sino que también sepan cómo utilizarlas para resolver problemas reales y generar impacto en sus campos profesionales”, finalizó Seguro.

XAcademy, la plataforma de Santex, se suma a la plataforma Capacitar del Gobierno Nacional



Juan Santiago y Marcos Ayerra. Detrás, Pablo Gutierrez Oyhanarte, Subsecretario de Emprendedores del Ministerio de Economía.

Los cursos de XAcademy, impulsados por la Fundación Tecnología con Propósito de Santex, se integran oficialmente a la plataforma educativa Capacitar del Gobierno Nacional, ofreciendo nuevas oportunidades de formación tecnológica gratuita dirigidas a PyMEs, emprendedores y empresas de la economía del conocimiento. La firma del acuerdo contó con la presencia de Juan Santiago, CEO y fundador de Santex, y Marcos Ayerra, Secretario de Pequeña y Mediana Empresa, Emprendedores y Economía del Conocimiento del Ministerio de Economía de la Nación.

“La colaboración público-privada es fundamental para construir un ecosistema de innovación en el país, y este acuerdo es un gran paso en esa dirección”, afirmó Santiago. Ayerra subrayó el impacto de estas iniciativas en la economía del conocimiento: “Fortalecen no solo a los profesionales y emprendedores, sino al país en su conjunto, al promover la competitividad y la innovación en un entorno global desafiante”.

Capacitar, la plataforma virtual del Gobierno Nacional, ya ofrece más de 400 cursos proporcionados por instituciones y empresas. La iniciativa tiene como objetivo mejorar la competitividad, innovación y el desarrollo de capacidades clave. Con la incorporación de los programas de XAcademy, Capacitar amplía su oferta en áreas críticas para el mercado tecnológico actual, atendiendo especialmente las necesidades de PyMEs y emprendedores que buscan mejorar su posicionamiento en la economía del conocimiento.

La propuesta formativa de XAcademy está compuesta por:

- XAcademy QA: orientado a la formación en testing de software.
- XAcademy QA y sus aplicaciones en IA: análisis manual del comportamiento de modelos de inteligencia artificial.
- XAcademy Dev: desarrollo full stack para cerrar la brecha entre las habilidades técnicas actuales y las requeridas por el mercado IT.

Llegó a la Argentina el nuevo y resistente motorola edge 50



Motorola anunció la llegada a Argentina del motorola edge 50, el último miembro de su reconocida familia edge. Este nuevo dispositivo que se destaca por su diseño estético y moderno se ha convertido en el smartphone más delgado del mundo, con certificación militar MIL-810H e IP68. Gracias a estas certificaciones, es capaz de resistir inmersiones en agua dulce de hasta 1,5 metros durante 30 minutos, soportar altas y bajas temperaturas, y operar en condiciones de alta humedad.

Uno de los puntos más destacados del motorola edge 50 es su sistema de cámaras potenciado por la tecnología moto ai, que permitirá a los usuarios capturar imágenes de alta calidad en diversas condiciones de iluminación sin esfuerzo adicional. La cámara principal de 50 MP, equipada con el sensor Sony LYTIA 700C, promete resultados impresionantes en escenarios nocturnos, apoyada por tecnologías como la Estabilización Óptica de Imagen (OIS) y el enfoque de todos los píxeles. Además, el dispositivo cuenta con un lente telefoto de 10MP que ofrece un zoom

óptico de 3X y un súper zoom de 30X. Su lente ultra gran angular de 13MP permite fotografiar paisajes amplios, mientras que el lente Visión Macro ofrece la posibilidad de explorar de cerca la belleza de los objetos cotidianos.

El motorola edge 50 no solo es poderoso en términos fotográficos, sino que también brinda una experiencia visual y de entretenimiento de nivel superior. Equipado con una pantalla pOLED de 6,7" sin bordes y una resolución Super HD (1220P), los usuarios disfrutarán de imágenes más nítidas, colores vibrantes y compatibilidad con HDR10+. A esto se suman los altavoces Dolby Atmos.

El rendimiento del producto está impulsado por el procesador Snapdragon 7 Gen 1 Accelerated Edition, que ofrece funciones avanzadas de IA y soporte para 5G y Wi-Fi 6E. Con hasta 512GB de almacenamiento y 12GB de RAM (expansibles hasta 24GB con RAM Boost7), el dispositivo garantiza una multitarea fluida. Además, la batería de 5000mAh asegura una duración para todo el día.

Nubia desembarca en Argentina con fabricación local en Tierra del Fuego

La empresa global de tecnología nubia, especializada en el desarrollo y fabricación de smartphones y dispositivos electrónicos, anunció su llegada a Argentina con una apuesta por la producción local. La compañía iniciará la fabricación de sus productos en Tierra del Fuego, en colaboración con IFRESA, pionero en la producción de dispositivos electrónicos de consumo en el país, y con Ophic como distribuidor oficial en el mercado argentino.

Más del 95% de los dispositivos vendidos por nubia en Argentina serán ensamblados o fabricados localmente. Se espera que este proyecto cree miles de puestos de trabajo directos e indirectos, principalmente en las áreas de fabricación y distribución. La empresa también planea invertir en la creación de una sólida red minorista en todo el país, con una visión a largo plazo de consolidar su presencia en el mercado argentino.

“La llegada de nubia representa una fuerte apuesta a la innovación tecnológica y al diseño de vanguardia, con el objetivo de ofrecer productos diferenciados y de alta calidad, con un precio altamente accesible y competitivo para el mercado local”, afirmó Han Song, Country Manager de nubia/ZTE Mobile Devices para Argentina, Uruguay y Paraguay.

El portafolio de productos que nubia traerá a Argentina incluye dispositivos de última generación como los smartphones Z60 Ultra, nubia Flip 5G, nubia Music, Focus 5G, Focus Pro 5G, Neo 2 5G y la innovadora tablet Pad 3D II. Estos dispositivos están diseñados para ofrecer un enfoque especial en las necesidades de las generaciones más jóvenes, como la Generación Z, que demanda soluciones innovadoras y prácticas en su vida diaria.

“Nubia llega a la Argentina con el objetivo de consolidar su expansión internacional y ofrecer una propuesta de productos adaptada a las necesidades y gustos de los argentinos”, agregó Han Song. El directivo también destacó la alta demanda de dispositivos móviles en el país, donde los



Smartphones Z60 Ultra.

smartphones y tablets juegan un papel crucial tanto en la vida profesional como en el entretenimiento. “Los argentinos son muy conocedores de la tecnología y valoran productos que combinan innovación, diseño, calidad, durabilidad y precio accesible”, subrayó.

Nubia Technology es un fabricante chino de teléfonos inteligentes con sede en Shenzhen, Guangdong. Originalmente empezó como filial poseída completamente por ZTE, y devino una compañía independiente en 2015.

Bajo el lema “Be Yourself”, nubia se posiciona como una marca que busca ofrecer opciones diferenciadas para los jóvenes y usuarios aventureros, que buscan nuevas experiencias tecnológicas y una mejor calidad de vida. Con una gama de productos que combina innovación y diseño, la compañía apunta a satisfacer las demandas del exigente mercado argentino, manteniéndose a la vanguardia de las tendencias globales.

Huawei lanza smartwatches, tablets, auriculares y routers en Argentina

Huawei, la empresa líder en telecomunicaciones y dispositivos inteligentes, presentó una serie de nuevos productos en Argentina bajo su filosofía de diseño *Fashion Forward* para wearables, junto con innovaciones en tablets, auriculares y routers.

“Desde nuestra llegada al país en 2001 no solo hemos construido una buena infraestructura de conectividad digital, sino que también hemos brindado a los consumidores argentinos productos digitales inteligentes e innovadores. Esperamos seguir ofreciendo experiencias conmovedoras y a la vanguardia tecnológica”, dijo Mitchell Zhang, CEO de Huawei Argentina Rep. Office.

Uno de los lanzamientos más destacados fueron los HUAWEI WATCH GT 5 Series, smartwatches que integran el nuevo HUAWEI TruSense System. Esta tecnología mejora el seguimiento de la salud y el estado físico mediante sensores avanzados y algoritmos optimizados, ofreciendo mediciones más rápidas y precisas. Además, se presenta el nuevo Asistente de Bienestar Emocional, que abarca tanto la gestión fisiológica como la psicológica, proporcionando una solución integral para el cuidado de la salud.

En la gama Pro, los nuevos modelos cuentan con funciones deportivas profesionales, como el modo Campo de Golf con más de 15,000 mapas de campos de golf de todo el mundo y el modo Buceo Libre para un seguimiento completo en actividades acuáticas. La línea ofrece una impresionante duración de batería de hasta 14 días en los modelos de 46 mm y hasta 7 días en los de 41 mm.

Huawei también trajo novedades en el ámbito de las tablets con la llegada de la HUAWEI MatePad 11.5" S, la primera en incorporar la pantalla PaperMatte Display, que reduce la reflectividad por debajo del 2%, ofreciendo una experiencia de lectura cómoda incluso bajo la luz solar directa. Con una tasa de actualización de hasta 144 Hz y una resolución de 2,800 x 1,840 píxeles, esta tablet



HUAWEI WATCH GT 5 Series.

se posiciona como una opción ideal para profesionales y usuarios exigentes.

Junto a este modelo, Huawei presentó la MatePad SE 11 y la MatePad SE 11 Kids Edition, con baterías de larga duración y certificaciones de protección ocular. La versión para niños incluye alertas de postura y brillo, así como un modo de lectura que cuida la salud visual.

Entre los productos de audio, los HUAWEI FreeBuds 6i se destacan por su cancelación de ruido ANC Dinámica Inteligente 3.0, mejorada para ofrecer una experiencia auditiva superior. Con una batería que proporciona hasta 35 horas de reproducción total con el estuche de carga, estos auriculares son ideales para usuarios que buscan comodidad y funcionalidad en un solo dispositivo.



HUAWEI MatePad 11.5" S.

canal **AR**