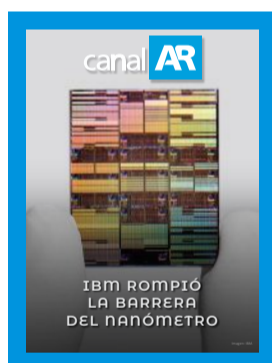
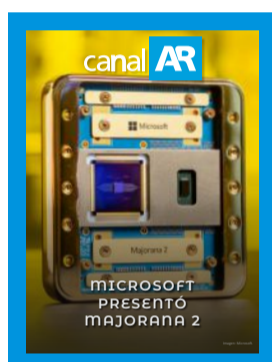




DE LA IMPRESIÓN A LA INTEGRACIÓN

ENTREVISTA CON ARIEL ABRANCATO,
COUNTRY MANAGER DE RICOH ARGENTINA

EN ESTA EDICIÓN



Bienvenidos a la edición 22 de la Revista Digital CanalAR. Llegamos a este número en un momento de definiciones históricas para nuestro sector, celebrando que la Economía del Conocimiento superó por primera vez los USD 10.000 millones en exportaciones anualizadas. Este hito confirma la capacidad de Argentina para competir globalmente a través del talento de sus recursos humanos.

En esta entrega, nuestra entrevista con Marina Bericua (Microsoft), nos plantea la urgencia de construir una Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial que ordene la discusión y permita capitalizar las múltiples oportunidades para la sociedad. También conversamos con Ariel Abrancato, quien detalla la evolución de Ricoh Argentina, una compañía que ha sabido transitar el camino desde el mundo de la impresión hacia un modelo de integración tecnológica total.

La resiliencia es un valor que define a nuestro ecosistema, y así lo demuestran Alfredo Eimer y José Luis García de Trans Advanced Technologies, quienes celebran 40 años en la industria manteniendo intacta su actitud de "empresa joven" y su capacidad de adaptación frente a cada cambio de contexto. Además, analizamos el repunte en las expectativas de contratación del sector IT, que muestra una recuperación sostenida para el tercer trimestre del año, y profundizamos en la paradoja entre el avance del software y las necesidades de "fierros" y energía que demanda la IA, a través de las visiones de Enrique Carrier y Horacio Martínez.

Desde los hitos tecnológicos de IBM y Microsoft en la carrera de los chips, hasta la nueva guía de la SIGEN para el uso de IA en el Estado, las campañas mundialistas de Stylus y Ceven, y las novedades en distribución de Air Computers, Licencias OnLine, Netpoint y Elit, esta edición ofrece una radiografía completa de una industria que no se detiene.

Los invitamos a recorrer estas páginas para encontrar las herramientas y la perspectiva necesarias para navegar este presente de grandes transformaciones. ¡Que disfruten la lectura!



DARÍO DRUCAROFF
DIRECTOR GENERAL

Stylus®

ASUS

Encontrá el lineal de Productos Asus en Stylus

Las soluciones de **ASUS** acompañan las exigencias de tus clientes con rendimiento, confiabilidad y calidad para oficinas, empresas y entornos profesionales.

NUC, monitores, mothers y placas de video con stock disponible y el respaldo logístico de Stylus para seguir creciendo.



📍 **Buenos Aires**
Olavarría 1964
Tel (011) 4105 6100

📍 **Córdoba**
Mons. Pablo Cabrera 2516
Tel (0351) 488 0116

📍 **Rosario**
9 de Julio 2443
Tel (0341) 421 5100

📍 **Mendoza**
Correa Saa 479
Tel (0261) 445 6261

Conte- nidos

06



Récord EDC

08



12



16



20



Ceven y HP celebraron la previa del Mundial

21



Stylus viaja al Mundial con 11 canales

22



Punto de venta: la inteligencia del negocio

23



LOL integra Palo Alto Networks

24



AIR incorpora Pantum

25



Del software al hardware

26



La hora de los fierros

27



El sector IT vuelve a contratar

30



32



28



Carta abierta a los estudiantes

29



Banco Provincia y Microsoft

34



Lip-Bu Tan y un mundo de silicio

36



Una guía para la IA en el Estado

La Economía del Conocimiento superó los USD 10.000 millones en exportaciones por primera vez



Sebastián Mocerrea, Presidente de Argencon, durante la última Ruta Federal del Conocimiento

Argentina alcanzó un hito histórico en Economía del Conocimiento: las exportaciones del sector superaron por primera vez los USD 10.000 millones en términos anualizados. Según los datos correspondientes a los doce meses finalizados en marzo de 2026, los Servicios Basados en el Conocimiento totalizaron USD 10.085 millones, con un crecimiento interanual del 11,7%, el mayor nivel exportador de la historia del sector. El dato fue informado por Argencon, la entidad que nuclea a las principales empresas del sector en el país.

Sebastián Mocerrea, Presidente de Argencon, destacó que el resultado confirma la capacidad de Argentina para competir globalmente a partir de la calidad de sus recursos humanos, y señaló que la difusión de la IA generativa, lejos de ser solo un desafío, representa múltiples oportunidades que el país muestra capacidad para capitalizar.

Leandro Mora Alfonsín, Director Ejecutivo de Argencon, subrayó la resiliencia del sector durante más de dos dé-

cadadas de crecimiento sostenido más allá de los distintos ciclos económicos, y planteó el hito como un punto de partida para seguir ampliando la presencia internacional, generar empleo de calidad y consolidar a Argentina como proveedor global de servicios basados en el conocimiento.

El desempeño estuvo liderado por dos segmentos. Los Servicios Profesionales —que incluyen contabilidad, ingeniería, diseño, marketing y servicios legales prestados desde Argentina a clientes internacionales— alcanzaron casi USD 6.500 millones, representando el 63,7% del total exportado. Los Servicios Informáticos —desarrollo de software, programación, videojuegos y soporte tecnológico— se acercan a la barrera de los USD 3.000 millones y consolidan su posición como uno de los principales verticales de crecimiento del sector.

La cifra posiciona a la Economía del Conocimiento como el tercer complejo exportador de Argentina, detrás del agro y la energía.



POWERVALUE 11T G2

Una solución eficiente para la máxima protección.

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



1 kVA B

2/3 kVA B

1 kVA S

2/3 kVA S

6-10 kVA S

6-10 kVA B/B2

ENGINEERED
TO OUTFIT

Distribuidores
oficiales



canal **AR**

DE LA IMPRESIÓN A LA INTEGRACIÓN

ENTREVISTA CON ARIEL ABRANCATO,
COUNTRY MANAGER DE RICOH ARGENTINA

POR DARÍO DRUCAROFF

De la impresión a la integración. Entrevista con Ariel Abrancato, country manager de Ricoh Argentina

Ricoh lleva más de 25 años en Argentina y durante mucho tiempo fue sinónimo de impresoras. Esa identidad fue útil —y sigue siendo parte del negocio— pero hoy representa tres cuartos de la facturación. El 25 por ciento restante lo construyeron, en los últimos diez años, soluciones de IT, automatización de procesos, audio y video, seguridad electrónica, ciberseguridad e inteligencia artificial. El cambio no fue abrupto: fue una evolución deliberada hacia un modelo de integrador tecnológico que hoy posiciona a Ricoh Argentina entre los pocos con ese perfil y alcance.

Ariel Abrancato llega a la conducción local con experiencia en la gestión comercial y entendimiento multicultural de la región, que la compañía identificó como un activo clave para seguir creciendo. Con 200 colaboradores, 750 clientes activos y un Solution Center, Ricoh Argentina se presenta como una propuesta difícil de replicar en el mercado local.

- ¿Qué contraste al llegar a Ricoh Argentina y qué te trajo hasta acá?

- Venía de manejar comercialmente la región de Latinoamérica en otra compañía, desde Miami, con equipos en todos los países. Esa experiencia multicultural fue, creo, uno de los valores que la dirección encontró en mí. La idea es extraer lo mejor de cada cultura y región para aplicarlo acá, y potenciar una subsidiaria que ya tiene un posicionamiento muy fuerte en el mercado.

- Ricoh es una marca que todos asocian a la impresión. ¿Cómo explicás lo que es hoy la empresa?

- Cuando uno piensa en Ricoh, la primera imagen es la del equipo de impresión en la oficina. Y eso sigue existiendo. Pero Ricoh hoy es mucho más que eso. Somos un aliado estratégico para cualquier compañía que quiera mejorar la experiencia dentro del ambiente de trabajo. Eso incluye soluciones de IT, comunicaciones, imagen y video, seguridad electrónica, ciberseguridad, automatización de procesos e inteligencia artificial. La combi-

nación de todas esas tecnologías es lo que hace que la dinámica de trabajo de las empresas se dé de forma más natural y que los equipos puedan enfocarse en lo que realmente importa.

- ¿Cuándo empezó ese cambio en la compañía?

- No fue de un día para otro. Llevamos aproximadamente diez años en esta transición. El core histórico siempre fue la impresión —en sus dos variantes, oficina y producción gráfica— y eso sigue estando. Pero fuimos incorporando capas: primero soluciones de IT, después comunicaciones, después seguridad electrónica hace unos dos años, después inteligencia artificial. Lo que sí podemos decir con orgullo es que no hay ninguna otra compañía en Argentina que venga del mundo de la impresión y tenga un portfolio de semejante magnitud. Somos agnósticos en cuanto al periférico: escuchamos la necesidad del cliente y ofrecemos la propuesta adecuada.

“SOMOS AGNÓSTICOS EN CUANTO AL PERIFÉRICO: ESCUCHAMOS LA NECESIDAD DEL CLIENTE Y OFRECEMOS LA PROPUESTA ADECUADA”.

- ¿Cómo impulsan su posicionamiento como integrador?

- No esperamos que los clientes nos llamen. Tenemos una actitud muy proactiva. Visitamos a los clientes, hacemos preguntas inductivas para identificar oportunidades. Y acá hay algo importante: no existe un cliente sin oportunidad de mejora. El cliente raramente se despierta pensando "hoy necesito virtualizar mis servidores". Pero si vos llegás con las preguntas correctas y le mostrás casos de la industria donde la incorporación de determinadas tecnologías generó eficiencias concretas, la puerta se

abre sola. Lo que más nos facilita ese acceso es que somos número uno en share de mercado en office printing. La mayoría de las compañías ya usan nuestra tecnología, entonces la barrera de entrada es baja.

“TENEMOS ALIANZAS

ESTRATÉGICAS MUY SÓLIDAS CON

DELL, LENOVO, LG, ZEBRA, LOGITECH,

ENTRE OTROS”.

- ¿Cuáles son los temas que más interesan a los clientes?

- Tres pilares: automatización de procesos, manejo inteligente de la información y seguridad. Cualquier cliente, independientemente de la industria, te va a abrir la puerta si llegás con propuestas concretas en esas tres áreas. Hay compañías que tienen tres CRMs distintos, un ERP que no habla con el sistema de contabilidad y la mesa de entrada de clientes en otro sistema más. La pregunta es siempre la misma: ¿cómo hago para que todo esto empiece a comunicarse y cuántas personas voy a necesitar para operarlo? Las oportunidades son enormes.

- ¿La IA ya está presente en sus propuestas?

- Absolutamente, y en prácticamente todos los proyectos. Antes la IA estaba pensada para grandes corporaciones y multinacionales. Hoy llegó a las pymes, a las compañías medianas, a todos los tamaños e industrias. Nosotros como integradores nos nutrimos de las ventajas de la IA y las ponemos a jugar en cada integración. Y no solo en lo que ofrecemos a los clientes: también internamente, en nuestros propios procesos, desde el chatbot hasta la gestión comercial.

- ¿Trabajan solo con tecnología propia o integran la de otros proveedores?

- Tenemos alianzas estratégicas muy sólidas con Dell, Lenovo, LG, Zebra, Logitech, entre otros, y somos gold partners en prácticamente todos. Eso nos da condiciones exclusivas que trasladamos al cliente. Pero también podemos integrar tecnologías de proveedores que no están en nuestro portfolio. La integración de diferentes tecnologías ya es mandatorio en el mercado, independientemente de la marca. Lo que hacemos es escuchar la necesidad y armar la propuesta más adecuada.

- ¿Cómo llegan al cliente final?

- Es un mix. Tenemos fuerza de venta directa organizada en tres segmentos: major accounts, medium business y la división de Ricoh Graphic Communications. Son alrededor de 20 ejecutivos comerciales más el equipo de preventa: especialistas en IT, comunicaciones y automatización de procesos. Y recibimos leads de cada uno de nuestros aliados, que en su mayoría no van directo al mercado sino a través de integradores. Cuando hablás de integrador en Argentina, Ricoh aparece en negrita.

- ¿Cuánto representa hoy la impresión en la facturación?

- Hace diez años era el grueso del negocio. Hoy diría que el mercado tradicional representa entre el 40 y el 50% del total. La otra mitad la componen las nuevas verticales: IT, automatización de procesos, audio y video, y soluciones de integración. Y esa proporción sigue moviéndose. Lo que también es importante destacar es que los contratos de office printing se renuevan año a año, lo que nos da una trazabilidad muy sólida en el tiempo.

- ¿Cuáles son tus principales desafíos en esta etapa?

- Primero, asegurarme de que la visión global de Ricoh se refleje al 100% en Argentina. Replicar las iniciativas que dieron resultado en otras subsidiarias, alinear al equipo con la filosofía de la compañía y potenciar lo que ya funciona muy bien. El legado que encontré es muy valioso y mi trabajo es amplificarlo. En términos concretos, tenemos proyectado un crecimiento de casi 20% año contra año, lo que en Argentina, con todas las condiciones particulares que el mercado tiene, es un desafío enorme. Pero tenemos la estructura, los aliados y el portfolio para lograrlo. El Solution Center de Victoria, que es el único en el sur de Latinoamérica, es uno de nuestros activos más diferenciales. No todas las subsidiarias de Ricoh en el mundo tienen algo así.

“TENEMOS PROYECTADO UN

CRECIMIENTO DE CASI 20%, LO

QUE EN ARGENTINA, CON TODAS

LAS CONDICIONES PARTICULARES

QUE EL MERCADO TIENE, ES UN

DESAFÍO ENORME”.



ARKHAM

GAMERS COMPETITIVOS BUSCAN PRECIOS COMPETITIVOS

Más información



canal **AR**

"NECESITAMOS UNA
ESTRATEGIA NACIONAL DE
INTELIGENCIA ARTIFICIAL"

ENTREVISTA CON MARINA BERICUA,
DIRECTORA DE ASUNTOS PÚBLICOS, EXTERNOS Y LEGALES DE MICROSOFT

POR DARÍO DRUCAROFF

"Necesitamos una estrategia nacional de inteligencia artificial". Entrevista con Marina Bericua, de Microsoft

Marina Bericua no es una ejecutiva de producto ni de ventas. Como Directora de Asuntos Públicos, Externos y Legales de Microsoft para América Latina, su trabajo es entender el mundo que la tecnología está ayudando a construir — y traducir eso en política pública, estrategia regional y conversaciones que importen. Por eso es ella quien presenta el Informe Global de Difusión de IA del AI Economy Institute de Microsoft: porque este estudio no es un ejercicio de marketing, sino un intento serio de medir, con metodología académica, cómo se está distribuyendo la adopción de inteligencia artificial en 147 países.

Recientemente Bericua presentó los datos del Q1 2026 en las oficinas de Microsoft Argentina en Puerto Madro. Argentina aparece con un 21,9% de adopción entre su población económicamente activa —por encima del promedio mundial del 17,8%. Los números son alentadores, pero el mensaje central de Bericua fue de urgencia: la ventana de oportunidad existe, pero requiere decisiones concretas ahora.

“LOS PAÍSES QUE MÁS

ADOPTAN INTELIGENCIA

ARTIFICIAL NO SON

NECESARIAMENTE LAS PRIMERAS

ECONOMÍAS DEL MUNDO”.

- ¿Por qué Microsoft decidió medir la adopción de IA de esta manera?

- Cuando empezamos a pensar en cómo medir esto, fue un proceso muy rápido por la aceleración que trajo la inteligencia artificial generativa. Nos pusimos a pensar si bien somos una empresa con objetivos comerciales, también nos interesa entender el mundo que estamos

ayudando a crear. Y creemos fervientemente que la tecnología tiene el poder de transformar las sociedades. Hoy la IA es la conversación más importante que estamos teniendo cuando hablamos de tecnología en el mundo. Entonces empezamos a pensar en cómo medir la adopción real, y no simplemente cuán listos están los países para la inteligencia artificial.

“EL GAP MÁS GRANDE NO

ESTÁ EN ELECTRICIDAD NI

EN CONECTIVIDAD BÁSICA.

ESTÁ EN HABILIDADES

DIGITALES”.

- ¿Cuál es la diferencia entre medir "preparación" y medir "adopción real"?

- Hay muchos estudios que miden cuán listos están los países para la IA: conectividad, infraestructura, condiciones. Pero si en el dato de adopción es difícil hacer una causalidad entre esas condiciones y los resultados reales, ¿de qué sirve? Nosotros creemos que este es un aporte importante a la discusión mundial: cómo hacemos que la inteligencia artificial realmente pueda traer todos sus beneficios y que puedan ser aprovechados por todos los países y por todas las personas.

- ¿Qué es lo que más te sorprendió de los datos de este trimestre?

- Que los países que más adoptan inteligencia artificial no son necesariamente las primeras economías del mundo. Uno tendería a pensar que la adopción va a venir de donde se generan los modelos fundacionales. Pero no. Emiratos Árabes, Singapur, Noruega, Irlanda, Francia. Estos países establecieron estrategias de adopción en todas las industrias, de manera transversal, y eso se re-

fleja en los datos. Estados Unidos, con toda su capacidad de generación de tecnología, ocupa el puesto 21. Eso dice mucho.

- ¿Cómo se explica eso históricamente?

- Con la electricidad pasa exactamente lo mismo. La electricidad no fue generada en Estados Unidos, pero Estados Unidos se apropió de la idea, hizo que se difundiera absolutamente en todas las industrias, y finalmente fue la gran economía que se transformó a partir de ella. Con la imprenta, las grandes transformaciones tardaron 250 años. Con la electricidad, mucho menos. Con la IA ya estamos viendo las transformaciones en pocos años. La aceleración no va a parar.

- ¿Dónde está parada Argentina en ese contexto?

- Argentina tiene una oportunidad real. La economía del conocimiento ya es el tercer complejo exportador del país, y la inteligencia artificial es un apalancamiento directo para potenciarla. Tenemos casi 100% de acceso a la electricidad y altos porcentajes de conectividad. El 21,9% de adopción está por encima del promedio mundial y del promedio latinoamericano. Hay talento, hay capacidad, hay usos horarios competitivos.

- ¿Qué es lo que falta entonces?

- Lo que realmente está faltando —y es el factor que más diferencia al Norte del Sur— es la capacitación, el skilling pensado para las reconversiones y los nuevos roles. El gap más grande entre el Norte y el Sur global no está en electricidad ni en conectividad básica. Está en habilidades digitales. Y ahí hay un trabajo enorme por hacer. Sin programas de skilling a escala, que incluyan tanto la educación formal como el aprendizaje continuo para adultos, no alcanza con tener las condiciones técnicas. Argentina tiene casi todo lo que necesita en términos de infraestructura. Lo que todavía no tiene es la masa crítica de talento formado específicamente para operar, supervisar y desarrollar sobre inteligencia artificial. Ese es el trabajo pendiente más urgente.

“NECESITAMOS UNA

ESTRATEGIA NACIONAL DE

INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

NO SOLO CONVERSACIONES

AISLADAS, SINO ALGO QUE

ORDENE LA DISCUSIÓN”.

- ¿Cómo tiene que darse ese proceso?

- La colaboración público-privada es fundamental, porque hoy no hay un sector que pueda decir que tiene la respuesta completa. Las empresas tienen la demanda y la experiencia del día a día. Las universidades tienen el método y la capacidad de formar a escala. El Estado tiene que poner el marco, los incentivos y la visión de largo plazo. Ninguno de los tres puede resolver esto solo. Tenemos que pensar en sistemas educativos que estén preparados para estas necesidades, en programas que reconviertan a quienes ya están en el mercado laboral —no solo a los jóvenes— y en formatos que sean ágiles porque la tecnología cambia todo el tiempo. Lo que me preocupa es que la aceleración no espera. Hay una carrera, y Argentina tiene que decidir cómo quiere correrla. No en cinco años. Ahora.

- ¿Cuál es la señal más concreta de que eso está pasando o no?

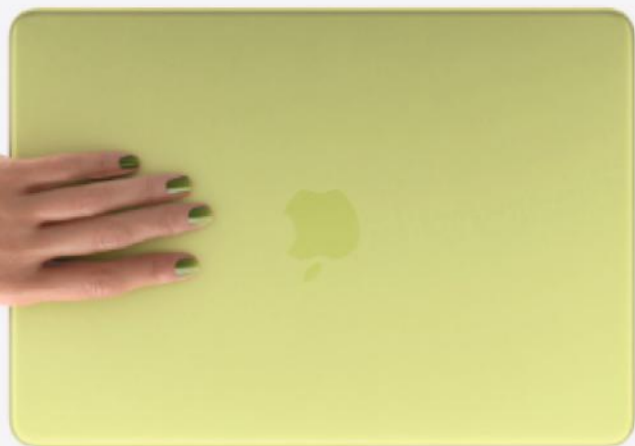
- Una señal importante es que necesitamos una estrategia nacional de inteligencia artificial. No solo conversaciones aisladas — que las hay y son valiosas — sino algo que ordene la discusión, que tenga objetivos concretos a corto, mediano y largo plazo, y que articule a todos los actores. Japón lo hizo, Singapur lo hizo. No necesariamente de la misma manera, pero lo hicieron con intención. Esa intencionalidad es la que todavía nos falta construir colectivamente.

ceven[®]



Business
Partner

Authorized
Service Provider



Hola, Neo.



¡Ya disponible!

**Transformá tu entorno corporativo con integración total,
seguridad y máxima productividad.**



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

Silver, Indigo, Citrus y Blush

Reservalá ya, antes que se agoten!



Consultá ahora



ceven.com/apple



apple@ceven.com



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



canal **AR**

"SEGUIMOS SIENDO UNA EMPRESA JOVEN"

ENTREVISTA CON ALFREDO EIMER Y JOSÉ LUIS GARCÍA,
PRESIDENTE Y VICEPRESIDENTE DE TRANS ADVANCED TECHNOLOGIES

POR DARÍO DRUCAROFF

Trans Advanced Technologies cumple 40 años: "Seguimos siendo una empresa joven"

Cuarenta años en cualquier industria es un logro. Cuarenta años en tecnología, en Argentina, es casi un milagro. Las empresas que sobreviven ese recorrido no lo hacen por inercia: lo hacen porque aprendieron a mutar sin perder el núcleo, a renovarse sin traicionarse, a crecer en un mercado que nunca les dio la tranquilidad de un contexto estable.

Trans Advanced Technologies, que arrancó en 1985 como Trans Industrias Electrónicas y fue mutando junto con la industria que sirve, es una de esas empresas. Hoy, con presencia en conectividad de alta complejidad, colaboración, contact center, infraestructura, networking, datacenter, seguridad, y alianzas Tier 1 con fabricantes referentes del mercado como Cisco, Nokia, Starlink y Red Hat, celebra cuatro décadas con la misma actitud con la que empezó: sin quedarse quieta.

CanalAR conversó con Alfredo Eimer, Presidente, y José Luis García, Vicepresidente, para entender qué significa llegar a los 40 en este país, con esta industria, y con esta empresa.

- Alfredo, 40 años. ¿Qué sentís cuando decís ese número en voz alta?

- Alfredo Eimer: Es raro, porque en cierto punto no me lo creo. Y al mismo tiempo siento que es poco. Suena contradictorio, pero cuando uno está en movimiento permanente, el tiempo pasa diferente. Hace unos años me preguntaron algo parecido, y dije que somos una empresa joven porque siempre estamos en cambio. Lo sigo creyendo. Los 40 no nos hacen más viejos, nos dan más historia para contar y más experiencia para aplicar. Lo que me emociona no es el número: es que la empresa me va a trascender. Eso es lo que quería cuando empecé.

- José Luis, de la empresa solés destacar la relación de largo plazo con sus clientes. ¿Eso se construye en 40 años o se puede construir antes?

- José Luis García: Se construye con el tiempo, sí, pero no automáticamente. Hay empresas que tienen 40 años y no tienen clientes que los consideren socios estratégicos. Tienen clientes cautivos, que es muy diferente. El socio estratégico te elige aunque tenga otras opciones. Nosotros tenemos clientes que nos siguen eligiendo hace 20, 25 años, y lo más valioso de esas relaciones es que no se detienen: estamos continuamente evolucionando y modernizando lo que ya implementamos, acompañando el crecimiento de cada organización. Eso no se compra. Se gana resolviendo, estando, no desapareciendo cuando las cosas se complican.

ALFREDO EIMER: "LOS 40 NO NOS HACEN MÁS VIEJOS, NOS DAN MÁS HISTORIA PARA CONTAR Y MÁS EXPERIENCIA PARA APLICAR".

- ¿Cuál fue el momento más difícil de estos 40 años?

- Alfredo Eimer: Hubo varios, y todos tenían el mismo patrón: un cambio de contexto brutal que te obligaba a repensar todo. Crisis económicas, cambios tecnológicos disruptivos, una pandemia. Cada vez que el mercado se cayó, la tentación era esperar a que pasara. Nosotros elegimos lo contrario: en cada crisis buscamos el movimiento. No siempre acertamos, pero nunca nos paralizamos. La solución es la adaptación, lo sigo repitiendo porque sigue siendo verdad.

- José Luis, ¿qué cambió en la forma de vender tecnología en estos 40 años?

- José Luis García: Cambió todo. Cuando empezamos, vender tecnología era casi sinónimo de vender cajas. El

JOSÉ LUIS GARCÍA: “NOSOTROS

FUIMOS HACIENDO ESE CAMINO:

DE DISTRIBUIDORES A

INTEGRADORES, DE INTEGRADORES

A SOCIOS TECNOLÓGICOS”.

valor estaba en tener el producto, en la disponibilidad, en el precio. Hoy eso no alcanza ni de cerca. El cliente no quiere una caja, quiere que su objetivo se cumpla. Quiere un socio que entienda su negocio, que le ayude a definir qué necesita, que implemente, que mida, que acompañe. Nosotros fuimos haciendo ese camino: de distribuidores a integradores, de integradores a socios tecnológicos. Cada paso nos costó aprendizaje, pero cada paso nos diferenció.

- **Alfredo, tienen casos de éxito en sectores muy distintos: sector público, salud, educación, manufactura, banca y finanzas, minería, oil & gas. ¿Cómo se mantiene la profundidad técnica en tantos frentes?**

- **Alfredo Eimer:** Con equipo y con humildad. Nadie sabe todo, y la tecnología cambia demasiado rápido como para pretender que sí. Lo que hacemos es combinar una base técnica sólida, que venimos construyendo hace bastante tiempo— con la capacidad de aprender rápido cuando el mercado nos exige algo nuevo. Starlink es un buen ejemplo: hace tres años no estaba en nuestro radar, hoy es una solución real para conectividad en lugares donde antes no había opciones. Si no te movés, te quedás afuera.

- **¿Qué viene en los próximos cinco años?**

- **José Luis García:** Más complejidad, más integración, más demanda de resultados concretos. Los clientes cada vez tienen menos tolerancia a las soluciones que

no funcionan o que no se pueden medir. Eso nos obliga a ser mejores, y en ese sentido nos parece bien. Nosotros vivimos de resolver problemas difíciles. Si el mercado se vuelve más exigente, tenemos más para dar. Pero lo que más me entusiasma de los próximos años es algo que ya está pasando: nuestro equipo de desarrollo in house está transformando tecnologías "caja" en tecnologías flexibles, diseñadas específicamente para las necesidades de cada cliente. Desarrollamos productos propios con modelos de IA incorporados para colaboración y contact center que ya están aplicados en organismos de salud, municipios y aseguradoras, con impacto real en sus operaciones. Es un área que nos está permitiendo evolucionar e innovar a un ritmo que no imaginábamos hace unos años, y se está convirtiendo en una columna estratégica de la empresa. A eso le sumamos observabilidad y automatización como capa transversal en nuestras soluciones. El diferencial ya no es solo integrar tecnología de terceros: es desarrollar la nuestra.

- **Alfredo Eimer:** Y seguir siendo una empresa joven. Eso es lo que más me importa. No en términos de edad, en términos de actitud. El día que nos conformemos con lo que ya logramos, ese día empieza el declive. Así que no nos vamos a conformar. Tenemos 40 años y más ganas de seguir que nunca.

ALFREDO EIMER “EL DÍA

QUE NOS CONFORMEMOS

CON LO QUE YA LOGRAMOS,

ESE DÍA EMPIEZA

EL DECLIVE”.

La nueva generación

P.O.S.=TA



1 AÑO GRATIS

P.O.S.=TA
GO!
3nStar

Las terminales que van a cambiar tu negocio!

SOLUCIONES REALES PARA TU OPERACIÓN DIARIA

Parte del ecosistema P.O.S.=TA



PTA0130 8" 
Quad Core 2.0GHz
2GB de RAM
CON **P.O.S.=TA GO!**



PTA0140 10" 
Quad Core 2.0GHz
4GB de RAM
CON **P.O.S.=TA GO!**

CONECTÁ CON NOSOTROS ¡AHORA!

Consultá condiciones con tu ejecutivo de cuenta



NETPOINTAR.COM
Distribuidor Mayorista Oficial

Ceven celebró la previa del Mundial con HP y sus canales



El mayorista IT Ceven organizó un evento especial junto a HP que reunió por primera vez en un mismo espacio a la totalidad del ecosistema de canales HP.

La convocatoria incluyó resellers de valor, resellers transaccionales, canales corporativos, canales vinculados al e-commerce, retail y grupos de compra, todos los perfiles con los que el mayorista opera la marca en el mercado argentino.

"Quisimos hacer un evento donde invitamos a todas las categorías y todos los tipos de canales. La idea era dar con un punto de encuentro del negocio HP", explicó Raquel de La Mata, Directora del Negocio Digital y del Negocio HP en Ceven.

Ceven distribuye HP en forma cross-categoría, es decir, cubre cómputo comercial, cómputo de consumo, impresión, insumos, Poly, Servicios, HyperX y accesorios. El evento buscó precisamente eso: integrar en un solo encuentro a actores que habitualmente operan en circuitos separados, generando un espacio de sinergia entre seg-

mentos que pocas veces comparten agenda.

Además, estuvieron presentes Ricardo Omar Giusti y Sergio Batista, campeones con la selección argentina en el Mundial 1986, brindando la Masterclass "Liderazgo de Campeones". Al finalizar, firmaron camisetas del mundial de 1986 que fueron sorteadas entre los asistentes.

El Mundial 2026 sirvió como marco y excusa festiva: la jornada incluyó una charla a cargo de figuras del fútbol, sumando un tono distendido a un encuentro que en el fondo celebra una relación comercial consolidada.

"Ceven es el distribuidor número 1 de HP en Argentina", afirmó De la Mata sin rodeos, resumiendo en una frase el peso que la marca tiene dentro del portfolio del mayorista.

La relación entre Ceven y HP supera los 20 años de trabajo conjunto como distribuidor, una trayectoria que el evento vino a reconocer tanto hacia adentro — con los propios canales — como hacia afuera.

Stylus presentó a los 11 canales ganadores que viajarán al Mundial



El pasado miércoles 10 de junio, en Malloy's Costanera, Stylus cerró su campaña mundialista presentando a los 11 canales ganadores que viajarán a la Copa Mundial de la FIFA 2026, como parte de la promoción "A un gol de la ilusión" que había lanzado en Diciembre 2025. La noche combinó el anuncio oficial con un formato de relacionamiento. El espacio incluyó una gran batucada, metegoles y otras propuestas alusivas al fútbol, la Copa del Mundo exhibida para fotos, y una cabina fotográfica donde los asistentes pudieron imprimir su propia figurita mundialista como souvenir del evento.

Daniel Gutiérrez, vicepresidente de Stylus, abrió la noche con una bienvenida al canal. Durante el encuentro también se proyectó un video emotivo que repasó la campaña, y se realizaron sorteos adicionales entre los presentes. Sponsors como Starlink, Lenovo, Brother, Samsung y Epson acompañaron la jornada. Las empresas que conforman el equipo titular que viajará al Mundial entre el 30 de junio y el 9 de julio son: First Label, Cetrogar, Frávega, Damarfu, Dot 4, Grupo Gauss, Sercap Insumos, Importadora Fotográfica, Grupo Mexx, Emixer y Perez Pellegrini.

CanalAR dialogó con Sergio Guaita, Director Comercial en Stylus, quien acompañará a los ganadores al Mundial:

- ¿Qué significa para Stylus acompañar personalmente a los ganadores en este viaje?

- Para nosotros es central. No queríamos que el premio terminara en la entrega de los pasajes — queremos vivir esa experiencia junto a los canales que apostaron por la marca durante todo el año. Voy a viajar como parte del cuerpo técnico, por así decirlo, y eso habla de hasta dónde queremos llevar el vínculo con nuestros partners: no es solo una promoción, es una forma de decir gracias en persona.

- ¿Qué expectativas tienen para esta nueva edición del Mundial junto al canal?

- Muchas. Más allá del resultado deportivo, lo que buscamos es que estos diez días se conviertan en una experiencia que el canal recuerde durante años. Conocemos a la mayoría de estos socios desde hace tiempo, así que va a ser una mezcla de fútbol, charla de negocios y mucha emoción compartida.

El punto de venta dejó de ser una caja: hoy es el centro de inteligencia del negocio



Escribe

Pablo Seltzer

CEO de Netopint Argentina

Durante años, el punto de venta fue sinónimo de una sola cosa: registrar transacciones. Esa era su función, y con cumplirla alcanzaba. Hoy ese modelo está obsoleto, y los comercios que todavía operan así están tomando decisiones a ciegas.

El retail moderno, incluso el de la esquina, genera una cantidad enorme de datos en cada jornada: qué productos rotan y cuáles no, qué operador vende más y en qué horario, qué ítems generan reclamos, cuándo el stock del sistema no coincide con lo que hay en el depósito. El problema no es la falta de datos: es que la mayoría de los comercios no tiene cómo capturarlos y procesarlos en tiempo real. Siguen cerrando el día con una intuición en lugar de un número.

Eso es exactamente lo que está cambiando, y el canal IT tiene un rol central en esa transformación.

Las tendencias globales en punto de venta convergen en un mismo concepto: el POS como plataforma de

inteligencia operativa. No alcanza con procesar un pago o emitir una factura electrónica. El sistema tiene que decirle al comerciante, en tiempo real, qué está pasando en su negocio: rotación de productos, comparativas de períodos, performance por operador, alertas de stock antes de que el problema sea visible.

La inteligencia artificial está acelerando esa transformación, pero de una manera particular: no como una tecnología que el comerciante tiene que aprender a usar, sino como una capa invisible que mejora las decisiones sin que el operador necesite saber que está ahí. El operador resuelve más en menos tiempo. El comerciante toma mejores decisiones. El canal que vendió la solución acumula valor real en cada visita de soporte.

Ese es el nuevo estándar al que se está moviendo el mercado, y en Argentina todavía hay una enorme brecha entre lo que la tecnología disponible puede hacer y lo que la mayoría de los comercios está usando.

Uno de los puntos de dolor más frecuentes del retail argentino es el descalce entre el stock que figura en el sistema y lo que realmente hay en el depósito. Es un problema que parece menor hasta que genera una venta perdida, un reclamo de cliente o un pedido de reposición innecesario. Ocurre en comercios de todos los tamaños, y en la mayoría de los ca-

sos la causa es simple: el sistema de gestión no está bien integrado con la operación real del negocio.

Una solución de punto de venta bien implementada resuelve esto desde la raíz: cada transacción actualiza el stock en tiempo real, las alertas se disparan antes de llegar al quiebre, y el dueño puede ver el estado de su inventario desde cualquier dispositivo. No es tecnología compleja —es tecnología bien aplicada. En ese contexto, la apuesta de Netpoint Argentina por P.O.S.=TA tiene una lógica clara. P.O.S.=TA no es solo una caja registradora compacta: es una plataforma que integra hardware y software de gestión en un mismo equipo, diseñada para generar inteligencia operativa desde el primer día de uso.

Sus funcionalidades cubren los puntos de dolor reales del comercio argentino: opera con independencia temporal de conectividad a Internet —crítico para zonas con conectividad intermitente—, integra conectividad Bluetooth para interactuar con lectores de código de barras, impresoras de altas prestaciones y gavetas de dinero, y permite acceder a reportes de ventas, rotación de productos, performance por operador y alertas de stock en tiempo real. Todo desde una interfaz pensada para que cualquier empleado la use sin capacitación extensa.

Haga click aquí para leer el artículo completo.

Licencias OnLine integra a Palo Alto Networks en su propuesta de valor



João Marques dos Santos, responsable de Ecosistema de Palo Alto Networks para LATAM y Carolina Losada, CEO de Licencias OnLine.

Licencias OnLine anunció una alianza estratégica con Palo Alto Networks, empresa líder en ciberseguridad, con el objetivo de ampliar la cartera tecnológica disponible para sus socios de canal y transformar la forma en que las organizaciones consumen y gestionan su seguridad. La colaboración abarca toda la región, incluyendo Brasil y Centroamérica.

"Licencias OnLine es un socio clave para nuestra estrategia de canales en la región. Su experiencia con modelos de negocio recurrentes, su alcance regional y sus capacidades técnicas y comerciales de habilitación nos permitirán ofrecer a nuestros socios las herramientas necesarias para evolucionar hacia servicios gestionados y soluciones de ciberseguridad de alto valor para sus clientes", señaló João Marques dos Santos, responsable de Ecosistema de Palo Alto Networks para LATAM.

El objetivo de la alianza es acelerar la adopción de modelos de consumo flexibles y ciberseguridad de próxima generación, sustituyendo arquitecturas fragmentadas por modelos unificados, automatizados e impulsados por IA. La pro-

puesta conjunta integra tecnologías clave de Seguridad de Nueva Generación, incluyendo Prisma SASE y Cortex Cloud para entornos híbridos y multi-nube, junto con Cortex XDR y Cortex XSIAM para operaciones de seguridad impulsadas por inteligencia artificial. Se complementa con la línea de Next Generation Firewalls, integrada bajo arquitecturas Zero Trust.

La estrategia apunta a un espectro amplio de clientes, desde Enterprise hasta MidMarket y PyME, con foco especial en verticales críticos como servicios financieros, gobierno, telecomunicaciones, energía y comercio minorista. Los ejes de trabajo incluyen prevención y respuesta al ransomware, protección de fuerzas laborales distribuidas y modernización de los Centros de Operaciones de Seguridad (SOC) para reducir los tiempos de detección de amenazas.

"En LOL, tenemos la experiencia necesaria para ayudar al canal a capturar ese valor desarrollando ofertas basadas en servicios, suscripciones y gestión continua", afirmó Carolina Losada, CEO de Licencias OnLine.

AIR Computers incorpora Pantum a su portfolio de distribución



De izquierda a derecha. Marcos Romeo (MKT); Marcelo Perin, Product Manager en Air; Leandro Fernández, Regional Executive Manager Argentina en Pantum; Sergio Airoidi, CEO de Air Computers; Kyan Liao, Assistant General Manager en Pantum.

AIR Computers, mayorista y distribuidor IT con más de 60 años de trayectoria en el mercado argentino, anuncia la incorporación de Pantum a su portfolio de distribución directa.

La marca, especializada en impresoras láser y consumibles, suma una nueva vertical de impresión a la propuesta comercial de AIR para el canal.

Pantum ofrece una línea de impresoras láser monocromáticas y multifunción orientada a los segmentos SOHO, PyME y corporativo, con presencia en más de 80 países.

Uno de sus diferenciales más destacados es la competitividad de sus insumos originales, un factor clave para los resellers que buscan rentabilidad en la categoría de impresión.

Desde AIR, la incorporación de Pantum responde a una demanda concreta del canal: contar con una alternativa

de impresión láser con buena ecuación precio-insumo y respaldo de distribución nacional.

“Pantum es una línea que cierra para el canal: equipos láser confiables con insumos originales a precios que permiten armar una propuesta competitiva sin sacrificar margen”, dijo Marcelo Perin, Product Manager Pantum en AIR Computers.

“La incorporamos porque vimos una demanda real de los resellers que no estaba cubierta dentro de nuestro portfolio”, agregó el PM.

“En AIR elegimos las marcas que suman valor concreto a nuestra red. Pantum entra al portfolio porque tiene una propuesta que el canal puede monetizar — no solo en el equipo, sino en el insumo recurrente. Eso es exactamente lo que buscamos cuando sumamos una nueva línea”, agregó Sergio Airoidi, CEO de Grupo AIR.

Los productos Pantum ya están disponibles para compra.

Del software al hardware



Escribe

Enrique Carrier

Analista de mercado

La explosión de la Inteligencia Artificial ha generado una paradoja: mientras el software evoluciona a la velocidad de la luz, con nuevos y más sofisticados modelos, el hardware, particularmente los chips de procesamiento, está atrapado en un cuello de botella, ante una demanda que supera ampliamente la oferta.

No se trata de un problema que se resuelve (sólo) con dinero. También hace falta poner en marcha nuevas fábricas, y eso lleva tiempo. Pero además, se suma el factor geopolítico que obliga a pensar en nuevas locaciones, alejadas de zonas de riesgo.

Poco pueden las abultadas billeteras de gigantes como Google, Nvidia (que diseña pero no fabrica), Tesla (cuyos autos son verdaderas computadoras sobre ruedas), Microsoft, Amazon o Meta, entre otros. Todos son víctimas de la escasez y esperan pacientemente con su cartilla de racionamiento en una mano y billetes (muchos) en la otra.

El problema se ve agravado por una realidad técnica: fabricar chips de

vanguardia a escala comercial es una capacidad acotada a un club muy selecto de apenas tres miembros: la taiwanesa TSMC, la coreana Samsung y la estadounidense Intel. Actualmente, son las únicas compañías en todo el planeta con la tecnología, la infraestructura y las patentes necesarias para fabricar chips en el nodo de 3 nanómetros a escala de mercado masivo. No obstante, aunque las tres juegan en la máxima categoría, su situación no es la misma.

TSMC es el rey indiscutido, fabricando para Apple, Nvidia, AMD y Qualcomm, lo que hace que sus plantas operen bajo una saturación absoluta. A tal punto que clientes fables (esto es, que no tienen plantas propias) como Meta, Qualcomm y AMD ya están explorando activamente a Samsung Foundry como socio estratégico porque TSMC no puede garantizar capacidad suficiente.

Por su parte, si bien Samsung fue la primera en saltar a los 3 nm comercialmente, optó por una arquitectura más avanzada que la de TSMC pero más difícil de producir, lo que afectó su rendimiento (yield) histórico.

Finalmente, Intel realizó un pivoteo estratégico, al dejar de fabricar para sí misma y comenzar a operar como una fundición abierta a terceros (Intel Foundry), lo que hizo que recientemente su acción comenzase a recuperarse.

Algunos creen que la china SMIC

podría sumarse a este selecto grupo; sin embargo, no pueden todavía llegar a los 3 nm en volúmenes comerciales a un costo competitivo. Los bloqueos geopolíticos impuestos por los EEUU le impiden hacerse de las máquinas de la holandesa ASML, claves para la fabricación con tecnología tan avanzada. Eventualmente, China alcanzará esta capacidad técnica, pero entre el desarrollo de la tecnología necesaria y los tiempos de puesta en marcha de una fábrica que la implemente, pasarán varios años.

Para agravar su situación, los 3 nm ya no son la "frontera tecnológica". Sus rivales en este ámbito ya empiezan a recorrer el camino hacia los 2 nm, lo que la dejaría aún más lejos.

Esta saturación, que ha llevado la capacidad de producción global por debajo de la demanda, exige la apertura de nuevas fábricas que amplíen la oferta y otras respuestas ante un mercado que, aunque limitado en actores, está poniéndose muy competitivo.

Y acá es donde entra a tallar otro factor: el geopolítico. Para los clientes de estas fábricas, se trata ahora de diversificar proveedores y locaciones, como forma de evitar un punto único de falla. Bienvenidos al modelo multi-foundry (fabricar con varios proveedores a la vez).

Haga click aquí para leer el artículo completo.

La hora de los fierros: el furor por la IA empuja inversiones en infraestructura digital



Escribe

Horacio Martínez

CEO de Grupo Datco

Muchos de los paradigmas que el mundo de la tecnología viene impulsando en los últimos años están atravesados por un cierto halo de intangibilidad. La nube y la conectividad son dos ejemplos de eso.

Todas las miradas están puestas hoy en la Inteligencia Artificial (IA), los modelos de lenguaje y las promesas de una revolución cognitiva. Se debate si estamos ante una nueva burbuja o frente a un cambio de paradigma productivo similar a la máquina de vapor. Pero, más allá de la especulación sobre las aplicaciones, hay una verdad ineludible que muchas veces se pasa por alto en el debate mediático: la nube no está en el cielo, está en la tierra, y la IA necesita "fierros". Muchos.

Este furor por el procesamiento de datos está impulsando una ola masiva de inversiones que representa una oportunidad histórica para el desarrollo de la infraestructura digital de Argentina. Cuando todos corren buscando oro, el negocio seguro está en la venta de pa-

las y picos. En nuestra industria, esas herramientas son los datacenters, la fibra óptica y la energía.

Sin embargo, captar algo de este nuevo flujo de inversión no es mágico. Un reciente reporte de la CEPAL, que analiza la Inversión Extranjera Directa (IED) en Latinoamérica, pone el dedo en la llaga sobre un punto no menor: la infraestructura digital ya no es solo una cuestión técnica, es el centro mismo de las tensiones geopolíticas que dominan el mundo.

Las disputas entre potencias globales reconfiguran el mapa de dónde se ponen los cables, dónde se guardan los datos y de qué país es el fabricante del equipamiento de las redes y los datacenters. Argentina tiene una oportunidad única si sabe leer este tablero con inteligencia y pragmatismo.

Para que Argentina, o un distrito en particular dentro del país esté en el mapa de las grandes inversiones de los hiperescaladores y los grandes players de la IA, se requiere un ecosistema complejo de factores. No basta con tener buena voluntad. Se necesita acceso robusto a fibra óptica, tanto terrestre para la capilaridad interna, como submarina para la salida al mundo. Pero el cuello de botella real hoy es la energía. La IA consume electricidad a ritmos voraces. Sin una matriz energética confiable y escalable, no hay datacenter posible.

A esto se suma la "licencia social". El activismo ecológico y las comunidades locales son actores clave, al igual que el contexto que debe generar la clase política. Los regímenes de promoción, los beneficios y estabilidad fiscales, y, sobre todo, la seguridad jurídica, son el piso de requerimiento para cualquier inversión que se amortiza en décadas.

Países, provincias y municipios ya están compitiendo por estas mega inversiones. Quien ofrezca la ventanilla única más eficiente y las reglas más claras, se llevará el premio. A través de una columna de opinión en el medio británico Financial Times, el presidente Milei acaba de hacer una invitación formal al mundo para poner a Argentina en el mapa de destinos atractivos para las inversiones en danza, comprometiendo la sanción de un marco legal específico para el desarrollo de la Inteligencia Artificial en el país, basado en el compromiso de mantener a la IA desregulada y en un entorno fiscal competitivo.

En ese complejo entramado de factores que hace a un país o a un distrito atractivo para las grandes inversiones en infraestructura digital es donde entra en juego nuestra ventaja competitiva natural, una que compartimos con nuestros vecinos de Chile: el frío.

Haga click aquí para leer el artículo completo.

El sector IT vuelve a contratar: 39% de los empleadores planea sumar personal en el tercer trimestre



Marcelo Roitman, Managing Director de Experis Argentina.

El mercado tecnológico argentino recupera impulso en materia de contratación. Según la Encuesta de Expectativas de Empleo de Experis, la división tecnológica de ManpowerGroup, la Expectativa Neta de Empleo (ENE) del sector IT para el tercer trimestre de 2026 alcanza el +22%, 3 puntos más que el trimestre anterior y nada menos que 28 puntos más que el mismo período del año pasado. El dato concreto: el 39% de los empleadores IT planea aumentar su plantilla entre julio y septiembre, mientras que el 36% no prevé cambios y el 17% anticipa reducciones.

"Las expectativas de contratación muestran una recuperación sostenida y reflejan que las organizaciones vuelven a acelerar sus planes de incorporación de talento en perfiles estratégicos. Sin embargo, el desafío ya no pasa únicamente por contratar más, sino por encontrar las capacidades adecuadas en un mercado donde la inteligencia artificial está redefiniendo las competencias más demandadas", resumió Marcelo Roitman, Managing Director de Experis Argentina.

En el ranking internacional, Argentina se ubica por debajo del promedio global de +35%, pero supera a mercados como México (+20%), España (+20%) y Chile (+11%).

La mejora en las intenciones de contratación convive con un desafío estructural: el 72% de los empleadores del sector tecnológico afirma tener dificultades para encontrar el talento especializado que necesita. Frente a eso, el 95% de las organizaciones está aplicando una combinación de estrategias: más flexibilidad de horarios (24%), programas de upskilling y reskilling (22%), búsqueda de talento en mercados de menor costo (20%) y aumento de la fuerza laboral (20%).

En el plano técnico, la alfabetización en inteligencia artificial lidera con el 84%, seguida por el modelado de IA y desarrollo de aplicaciones (79%) y las habilidades de ingeniería (75%). Entre las habilidades humanas, el profesionalismo y la ética laboral (82%), el pensamiento crítico (82%) y la comunicación y trabajo en equipo (78%) encabezan la lista.

Carta abierta a los estudiantes universitarios argentinos



Escribe

Sergio Candelo

Co-founder de Snoop Consulting

Terminaste la carrera. O estás a punto de terminarla. Y justo cuando pensabas que llegaba el momento de poner en práctica lo que aprendiste, te empezás a preguntar: ¿para qué estudié tanto si una IA puede hacer en segundos lo que a mí me llevó años aprender? Entiendo perfectamente el planteo. Pero te digo: es la pregunta equivocada porque arranca aceptando la derrota.

Obsesionarnos con competir en velocidad, volumen o eficiencia significa aceptar el juego en el campo de la IA. Y ahí, lógicamente, comenzamos perdiendo. El error de fondo es creer que el conocimiento es simplemente procesar información, conectar datos o redactar un informe prolijo. Si el valor de tu carrera universitaria se midiera solo por eso, Silicon Valley ya habría ganado.

El verdadero partido se juega en nuestra cancha. Nuestro espacio no es el de la velocidad de procesamiento; es el del valor como personas y la profundidad del conocimiento humano. Lo que hace una IA en diez segundos es reciclar información que alguien ya pensó, organizó y validó. Vos no estudiaste para ser una base de datos veloz. Tu paso por la

universidad fue para entender el porqué de las cosas, para formular preguntas donde otros solo ven certezas, para aportar empatía, intuición y para detectar cuándo una respuesta elegante es, en el fondo, una respuesta vacía. El criterio, el pensamiento crítico y la chispa de la creatividad humana nacen de nuestra experiencia viva, no de un set de entrenamiento de datos.

Acá también hay algo que la universidad tiene que escuchar. Durante décadas su valor estuvo en concentrar información que era difícil de conseguir en otro lado. Ese tiempo terminó. La información hoy está al alcance de cualquiera. Lo que la universidad tiene que darte —y lo que vos tenés que exigirle— es algo diferente: las herramientas para saber qué hacer con ella. Para distinguir lo relevante de lo accesorio. Para pensar cuando los datos sobran y la claridad escasea.

Sin embargo, de nada sirve que las aulas se transformen si en el proceso elegís el camino del menor esfuerzo. Delegar la capacidad intelectual en la tecnología —para no leer, para no analizar, para no debatir con un compañero o para evitar la saludable frustración de pasar horas frente a un concepto— destruye tu valor. Al saltarte ese proceso no ganás tiempo; te dejás ganar en tu propia cancha. La máquina se queda con el ejercicio cognitivo y vos te quedás con una respuesta ajena. El resultado es una conclusión que no podés defender, que no podés extender y que no te sirve en los momentos de crisis profunda o cuando el contexto

cambia. El músculo intelectual se atrofia igual que cualquier otro.

El escenario cambia por completo al pararnos firmes sobre los fundamentos. Dominar tu disciplina y hacer valer tu perspectiva humana transforma a la tecnología en una palanca. Deja de ser un "machete inteligente" para zafar y pasa a ser un interlocutor de peso. Podés sentarte a "pingponear" con ella, a estresar tus hipótesis, a exigirle que te desarme un argumento para ver dónde falla. Tu productividad se multiplica por diez sin que tu criterio se achique. La IA potencia exponencialmente a quien ya tiene pensamiento propio. Al que no sabe, solo le da la falsa ilusión de que sabe.

El título que tenés en la mano no es un puerto de llegada, es apenas el bote con el que salís al mar. Y te toca navegar un mar de cambios acelerados. El filósofo Immanuel Kant decía que la inteligencia de un individuo se mide por la cantidad de incertidumbres que es capaz de soportar. No se mide por la velocidad de las respuestas. Manejar la ansiedad de lo impredecible es nuestro gran desafío psicológico y profesional.

A los nuevos graduados les digo: no se achiquen ante el ruido tecnológico ni jueguen bajo las reglas de los algoritmos. Reivindiquen el valor de su propia cabeza. Tengan curiosidad real, estudien, duden, debatan y critiquen. Mantener el control de tu capacidad de pensar y plantarte firme en el campo de lo humano asegura que la IA no te reemplace. Te potencia.

Banco Provincia y Microsoft firmaron un acuerdo para impulsar la IA y la ciberseguridad



Sebastián Aveille, Country Manager de Microsoft Argentina, y Juan Cuattromo, presidente de Banco Provincia, firman el acuerdo.

Banco Provincia y Microsoft formalizaron un acuerdo estratégico de colaboración orientado a potenciar el uso de datos, inteligencia artificial y ciberseguridad en la institución financiera. La firma consolida una relación de trabajo que ya venía desarrollándose en proyectos concretos y marca un nuevo escalón en el proceso de transformación digital del banco.

El acuerdo contempla varias líneas de trabajo simultáneas: el uso estratégico de datos para generar valor y acelerar la toma de decisiones; la incorporación de IA generativa para analizar grandes volúmenes de información e identificar patrones; la automatización de operaciones y la integración de entornos de TI para habilitar análisis en tiempo real; y el desarrollo de capacidades de seguridad, privacidad y ciberseguridad para proteger los activos digitales del banco.

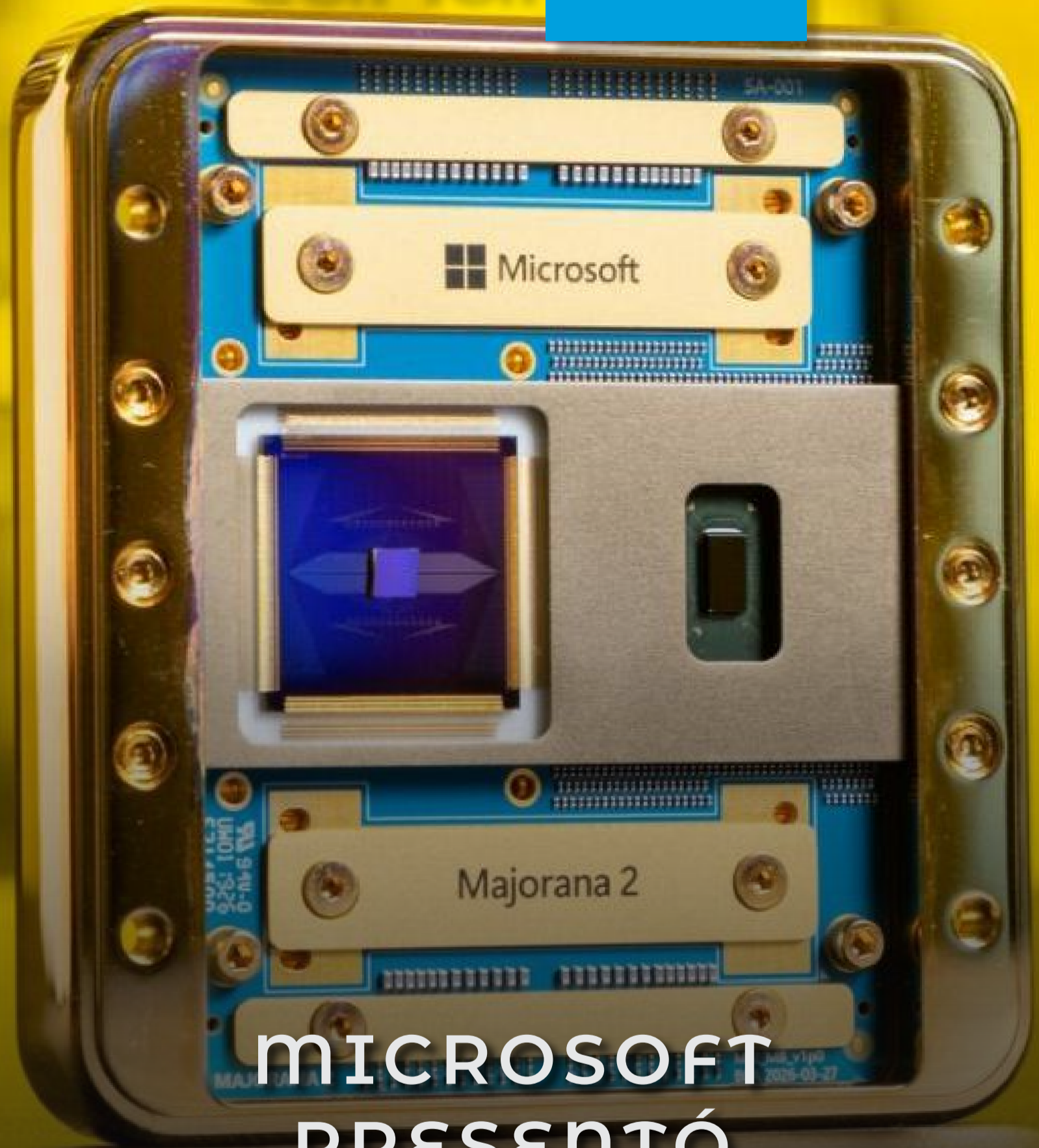
Juan Cuattromo, presidente de Banco Provincia, destacó que la alianza permitirá mejorar la experiencia de los 10,5

millones de clientes del banco y potenciar la productividad de sus 10.100 trabajadores. El ejecutivo señaló que desde 2023 el banco logró avances significativos en la implementación de IA y que este acuerdo apunta a expandir aún más las fronteras tecnológicas de la institución sin perder su impronta de cercanía.

Sebastián Aveille, Country Manager de Microsoft Argentina, afirmó que la inteligencia artificial es uno de los grandes catalizadores de la redefinición del trabajo y los servicios financieros, y destacó el compromiso de acompañar a Banco Provincia en su proceso de transformación poniendo la tecnología al servicio de las personas.

El antecedente más relevante de la colaboración entre ambas organizaciones es PIA, un agente de IA integrado al home banking del banco que permite a los usuarios realizar operaciones y consultas utilizando lenguaje natural desde un chat.

canal **AR**



**MICROSOFT
PRESENTÓ
MAJORANA 2**

Microsoft presentó Majorana 2: el chip cuántico acelerado por IA agéntica

Microsoft presentó Majorana 2, su nuevo chip cuántico topológico, que logra qubits 1.000 veces más confiables que la generación anterior. El anuncio viene acompañado de un dato que redefine el calendario de la industria: Microsoft ahora espera tener una computadora cuántica escalable y comercialmente viable en 2029, recortando a la mitad el plazo que había estimado originalmente.

El Majorana 2 logra una vida útil media del qubit de 20 segundos, con instancias que llegan hasta un minuto. Para dimensionar lo que eso significa: mientras otros enfoques miden la vida de un qubit en microsegundos, Microsoft compara este salto con inventar una batería de teléfono que en lugar de durar un día aguantara casi tres años con una sola carga. A eso se suma una velocidad de operación de un microsegundo y un tamaño de qubit de apenas una centésima de milímetro — factores que combinados abren el camino hacia cómputo cuántico práctico a escala real.

Lo que hace especialmente relevante este anuncio para el ecosistema IT no es solo el chip en sí, sino el proceso que lo hizo posible. El equipo de investigación cuántica de Microsoft utilizó Microsoft Discovery — su plataforma de IA agéntica para investigación científica — en prácticamente todas las etapas del desarrollo: gestión de flujos de trabajo, optimización de fabricación, detección de fallas no evidentes y generación de hipótesis para nuevos materiales. "La IA agéntica permea casi todo lo que hacemos — se convirtió en una parte muy natural de nuestro flujo de trabajo", afirmó Chetan Nayak, Technical Fellow de Microsoft, según el comunicado oficial de la compañía.

Un ejemplo concreto ilustra el cambio de paradigma: configurar los cientos de parámetros necesarios para crear un estado topológico y luego medir el qubit resultante solía tomar semanas cuando lo hacía un investigador humano. Con agentes de IA corriendo el proceso de forma automática y continua — ajustando voltajes en paralelo, algo que un humano no puede hacer de forma lineal —, el tiempo se redujo en órdenes de magnitud.

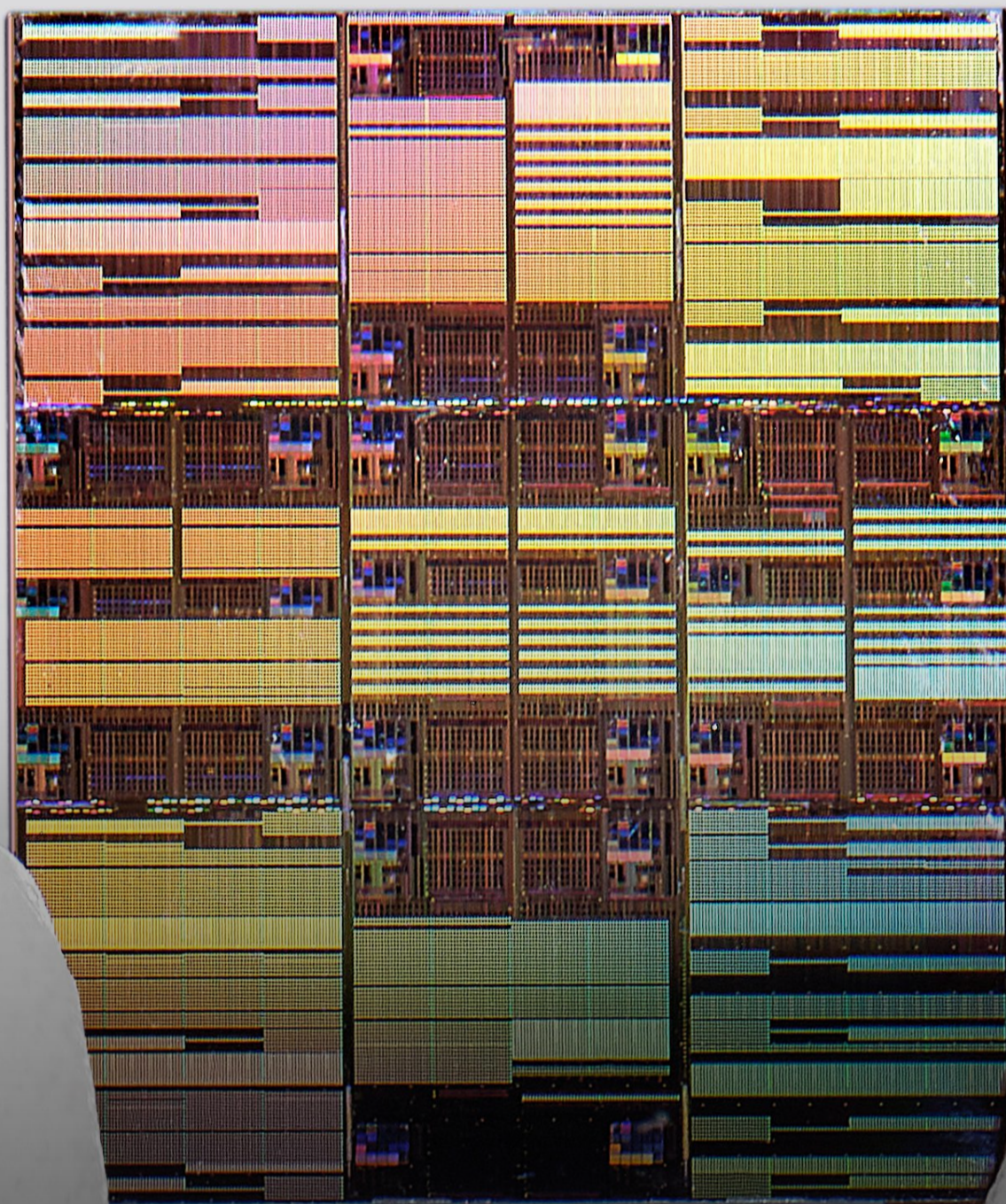
"Automatizar las mediciones con IA agéntica fue un cambio de juego", señaló Zulfi Alam, vicepresidente corporativo de Quantum en Microsoft.

El salto en confiabilidad tiene también una explicación material concreta. Mientras el Majorana 1 usaba aluminio como superconductor, el Majorana 2 usa plomo — el mismo material que se usa para blindar equipos de radiación en hospitales. En un chip cuántico, el plomo ayuda a proteger los frágiles qubits de las perturbaciones cósmicas que los desestabilizan. Llevó años resolver los tradeoffs que ese cambio implicaba, pero el resultado fue una mejora sustancial en la calidad de los dispositivos.

En paralelo con el anuncio del chip, Microsoft declaró la disponibilidad general de Microsoft Discovery, la plataforma que su propio equipo cuántico usó para acelerar la investigación. La plataforma permite a las organizaciones desplegar equipos de agentes de IA — guiados por expertos humanos — que razonan sobre grandes volúmenes de conocimiento, generan hipótesis, optimizan experimentos y aprenden en bucle continuo. Microsoft también lanzó en preview una aplicación gratuita de Microsoft Discovery que los usuarios individuales pueden descargar y correr localmente con una cuenta de GitHub Copilot, bajando la barrera de entrada para investigación impulsada por IA.

El anuncio llega en un momento en que la computación cuántica deja de ser ciencia ficción para convertirse en un horizonte operativo concreto. El propio Nayak lo resumió con precisión: "¿Dónde estamos respecto al año pasado? Somos 1.000 veces mejores." Para el ecosistema IT, la tendencia que emerge es tan importante como el chip mismo: la IA agéntica no solo está cambiando cómo las empresas operan — está acelerando la velocidad a la que se desarrolla la tecnología que va a cambiar todo lo demás. Lo que antes tomaba décadas de investigación pura, hoy se comprime con agentes que procesan datos de veinte años en paralelo, detectan correlaciones que ningún investigador humano podría ver y proponen experimentos con una precisión que antes era imposible.

canal **AR**



**IBM ROMPIÓ
LA BARRERA
DEL NANÓMETRO**

Imagen: IBM.

IBM rompió la barrera del nanómetro: el nuevo chip que puede cambiar el futuro de la IA

IBM presentó el primer chip construido a escala de átomos individuales. Promete el doble de transistores, 70% más de eficiencia energética y al menos una década más de avances en semiconductores, justo cuando la IA más los necesita. Para entender por qué esto importa, primero hay que entender el problema que IBM acaba de resolver. Los chips que procesan la inteligencia artificial, los servidores en la nube y los smartphones modernos están hechos de transistores: interruptores microscópicos que encienden y apagan miles de millones de veces por segundo. Durante décadas, la industria avanzó haciendo esos transistores cada vez más pequeños: más pequeños significa más cantidad en el mismo espacio, y más cantidad significa más potencia de procesamiento con menos consumo de energía.

El problema es que ese proceso de miniaturización tiene un límite físico. Los transistores ya son tan pequeños que seguir reduciéndolos con las técnicas actuales se estaba volviendo imposible. La industria estaba llegando al borde. IBM acaba de mostrar que ese borde todavía tiene recorrido.

IBM Research anunció el desarrollo del primer chip del mundo con tecnología sub-1 nanómetro —específicamente, a 0,7 nanómetros, 7 angstroms. Para dimensionarlo: un nanómetro es la millonésima parte de un milímetro. Un cabello humano mide unas 80.000 veces más. Los chips más avanzados que se fabrican comercialmente hoy están en el rango de 2 a 3 nanómetros. IBM acaba de cruzar la barrera del nanómetro y entrar en la era de los angstroms — donde las dimensiones se miden a escala de átomos individuales.

El nuevo chip empaca casi 100 mil millones de transistores en un espacio del tamaño de una uña humana — prácticamente el doble de la densidad del chip de 2 nm que la misma compañía presentó en 2021. El avance no fue simplemente encojer los transistores existentes — eso ya no era técnicamente viable. IBM desarrolló una arquitectura completamente nueva llamada "nanostack", que resuelve el problema de una manera diferente: en lugar de seguir achicando los transistores en dos dimensiones, los apila verticalmente en tres dimensiones,

de forma escalonada.

Es un poco como pasar de construir casas de una planta a construir edificios: el terreno es el mismo, pero la cantidad de espacio útil se multiplica. Y además, la arquitectura nanostack permite usar diferentes materiales en cada capa, optimizando el rendimiento y la eficiencia de cada transistor de forma independiente. El resultado en números: hasta un 50% más de rendimiento o hasta un 70% más de eficiencia energética respecto a los chips de 2 nm actuales.

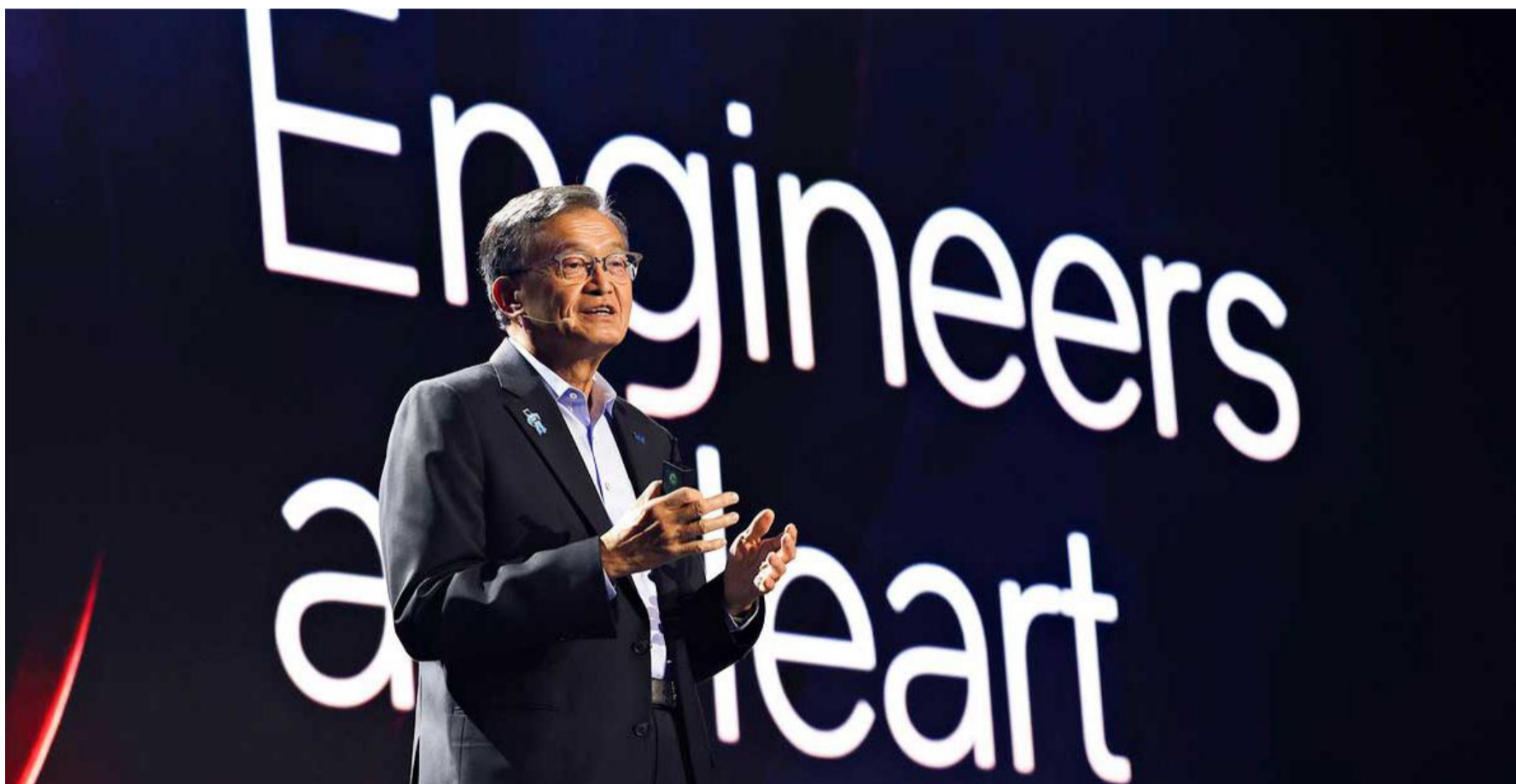
La inteligencia artificial es extremadamente hambrienta de procesamiento. Entrenar y correr modelos de IA generativa como los que están detrás de ChatGPT o Gemini requiere enormes cantidades de chips trabajando en paralelo, consumiendo cantidades masivas de energía. Uno de los mayores cuellos de botella del ecosistema tecnológico global hoy es precisamente la capacidad de fabricar suficientes chips suficientemente potentes y eficientes para satisfacer esa demanda.

Un chip que hace lo mismo consumiendo 70% menos energía no es solo un logro de ingeniería — es una respuesta directa a ese cuello de botella. Centros de datos más eficientes, menor costo de infraestructura, mayor acceso a capacidad computacional para empresas de todos los tamaños.

IBM aclara que este desarrollo es investigación de vanguardia, no un producto comercial disponible hoy. La compañía estima que la producción a escala podría comenzar en los próximos cinco años. El trabajo se realiza en Albany, Nueva York, con socios como Lam Research, Tokyo Electron y SCREEN Semiconductor Solutions, usando la tecnología de litografía más precisa del mundo, desarrollada por ASML.

Jay Gambetta, Director de IBM Research, lo resumió así: no se trata solo de hacer transistores más pequeños, sino de reinventar cómo se construyen los chips. IBM proyecta que la arquitectura nanostack puede sostener al menos una década más de avances en la industria de semiconductores — justo cuando la IA más los necesita.

Lip-Bu Tan y su visión de un mundo inteligente construido sobre silicio



Lip-Bu Tan, CEO de Intel, en COMPUTEX.

Lip-Bu Tan, CEO de Intel, subió al escenario del Computex 2026 en Taipei con un mensaje claro: la compañía no vive de su gloria pasada. A 14 meses de asumir el cargo, Tan presentó ante socios, clientes y el ecosistema global una Intel en transformación profunda, con foco en la era de la inteligencia artificial agéntica y una apuesta por el silicio como capa fundacional de toda la infraestructura digital que viene.

La keynote, estructurada en cuatro grandes ecosistemas — PCs, edge y physical AI, data centers e intelligent centers —, fue una demostración de que Intel no solo compete en procesadores sino que está rediseñando su rol en toda la cadena de valor de la computación.

Alex Katouzian, nuevo líder de Client Computing y Physical AI de Intel, abrió el bloque de PCs con el balance del Core Ultra Serie 3, el primer producto fabricado en el proceso Intel 18A. Con más de 325 diseños en mercado

en segmentos consumer y comercial, el chip establece un nuevo estándar de rendimiento mobile con CPU, GPU y NPU integrados. En abril, Intel extendió esa base de IP al mercado mainstream con el Core Series 3, que ya suma más de 70 diseños en pocas semanas.

El tercer anuncio del bloque fue el Arc G3, derivado del Core Ultra Serie 3 pero optimizado para el segmento de gaming portátil — el de mayor crecimiento en el mercado de PCs —, con más del 40% de ventaja en performance frente a la competencia al mismo nivel de consumo energético. Los primeros dispositivos llegarán al mercado antes de fin de junio.

La propuesta conceptual detrás de toda la línea es consistente: transformar cada PC en una plataforma capaz de ejecutar agentes de IA, tanto en la nube como localmente. Para ilustrarlo, Tan invitó al escenario a Aravind Srinivas, CEO de Perplexity, quien demostró en vivo el

primer sistema de inferencia híbrida local-servidor: un agente que analiza documentos confidenciales en el dispositivo — sin enviarlos a la nube — y delega al servidor solo los datos que no son sensibles. "El futuro es más cómputo en el data center y más cómputo en la máquina local", resumió Srinivas.

En el bloque de data center, Kevork Kechichian, vicepresidente ejecutivo del Data Center Group, presentó el Intel Xeon 6+: 288 núcleos E-core, 576MB de caché L3 y fabricado en proceso Intel 18A. El chip apunta a la densidad y eficiencia que exigen los data centers modernos, donde el 40% de la demanda de energía proyectada para 2030 provendrá de cargas de trabajo de inferencia de IA.

Pero el dato más revelador del keynote fue otro: en los sistemas de entrenamiento de modelos fronteras, la relación CPU-GPU era de 1 a 8. En los entornos de IA agéntica, esa relación se acerca a la paridad — e incluso puede invertirse — porque el CPU es quien orquesta todo el proceso de razonamiento, planificación y ejecución de los agentes. En términos concretos: un rack con Xeon 6+ puede ejecutar hasta 150.000 agentes simultáneos.

Para escalar esa capacidad, Intel lanzó la iniciativa Rack Scale Blueprints: arquitecturas de referencia a escala de rack construidas sobre estándares abiertos, en colaboración con socios del ecosistema. Foxconn fue el primer partner en subir al escenario, con un acuerdo para desarrollar infraestructura de IA a escala de rack orientada a cargas agénticas.

El segundo gran anuncio del bloque fue la alianza con SambaNova y Vista Equity Partners para ofrecer inferencia desagregada a través de Vector Core Compute: una arquitectura que combina CPUs Xeon, RTUs de SambaNova y GPUs de Nvidia para reducir la latencia de extremo a extremo entre 2 y 3 veces frente a configu-

raciones solo-GPU. Robert Smith, de Vista Equity, confirmó que ya hay más de 50 despliegues planificados en Estados Unidos para convertir data centers existentes en centros de inferencia.

El cierre del keynote exploró el terreno más disruptivo: el silicio diseñado específicamente para industrias verticales. Intel anunció colaboraciones activas con Google — para el desarrollo de unidades de procesamiento de infraestructura (IPU) ya en producción —, con Ericsson para chips de infraestructura de telecomunicaciones, y con Siemens e Hitachi para automatización industrial y sistemas de energía.

Los casos más llamativos fueron dos startups de biomedical: Echo Neurotechnologies — fundada por el neurocirujano de UCSF Eddy Chang — está colaborando con Intel para desarrollar algoritmos entrenados directamente sobre actividad cerebral humana, con aplicaciones tanto en IA eficiente como en restauración del habla. Y Greenstone Biosciences, del director del Stanford Cardiovascular Institute Joseph Wu, usa la infraestructura de Intel para acelerar el desarrollo de fármacos con el mayor bio-bank de células madre del mundo.

Tan cerró el keynote con un balance de sus primeros 14 meses como CEO y una síntesis de la transformación en curso: proceso Intel 18A en producción a alto volumen, avances en packaging avanzado, nuevos SoCs para todas las plataformas de cómputo y una red de partnerships que se expande en todas las verticales.

"Intel es una empresa icónica. Pusimos las bases de la computación moderna. Pero no queremos descansar en nuestra gloria. Estamos construyendo algo maravilloso. Y esto recién empieza", afirmó Tan ante el auditorio de Taipei.

La SIGEN publicó una guía para controlar el uso de inteligencia artificial en el Estado

La Sindicatura General de la Nación (SIGEN) publicó la Guía de Controles Inteligencia Artificial 2026, un documento de 16 páginas que establece los lineamientos para que los organismos del Estado Nacional implementen herramientas de IA con criterios de control interno, seguridad y responsabilidad institucional.

La guía reconoce el potencial de la IA para modernizar la gestión pública —automatización de tareas administrativas, redacción asistida, clasificación de trámites, análisis de datos, atención ciudadana 24/7— pero parte de una premisa clara: la incorporación de IA no traslada la responsabilidad a los sistemas automatizados. Las decisiones, sus impactos y sus resultados continúan siendo responsabilidad de los funcionarios y las estructuras organizacionales que las implementan.

Dos escenarios, catorce controles

El documento organiza sus controles en torno a dos modalidades de uso: el uso individual de herramientas de IA generativa por parte de agentes públicos (como ChatGPT, Copilot o Gemini) sin integración a sistemas institucionales; y el uso de sistemas de IA incorporados a procesos, aplicaciones o decisiones organizacionales, con entrenamiento previo del algoritmo.

Para el primer caso, la guía exige que cada organismo defina una política de uso aprobada por el área de gestión informática, con intervención del área legal para analizar términos y condiciones de las herramientas, y con controles para evitar la exposición de información no pública. También establece que cuando la IA asiste en decisiones relevantes, debe garantizarse la revisión humana de los resultados, y que los procesos deben documentar cuándo un contenido fue generado o asistido por IA.

Para los sistemas de IA integrados a procesos organizacionales, la guía despliega catorce objetivos de control que abarcan desde la planificación y el análisis de facti-



bilidad hasta la puesta en producción, la trazabilidad de operaciones, la gestión de incidentes y los controles ante ataques mediante datos maliciosos (como el adversarial machine learning). Un punto destacado es la exigencia de un acta de compromiso ético firmada por cada integrante del equipo a cargo del desarrollo de un sistema de IA.

Supervisión humana como eje

Uno de los principios transversales de la guía es la supervisión humana efectiva: los resultados de cualquier sistema de IA deben poder ser comprendidos y explicados por quienes los operan, y las decisiones críticas deben ser revisadas por personas. El documento también enfatiza la necesidad de capacitar a los agentes públicos para que eviten aceptar automáticamente los resultados de la IA sin revisión crítica, y para que identifiquen sesgos, alucinaciones o resultados no confiables.

La guía toma como referencia los principios de la OCDE y la UNESCO para la IA responsable, y actualiza el Programa de Auditoría – Sistemas con Inteligencia Artificial aprobado por SIGEN en 2024, incorporando las experiencias recogidas desde entonces.

El documento fue firmado por el Síndico General de la Nación, Alejandro Fabián Díaz, y está disponible en el sitio oficial del gobierno argentino.

canal **AR**