

canal

www.canal-ar.com.ar

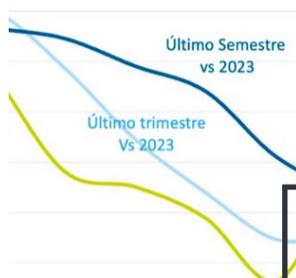
AR

Ed. 00 / Ago.24



REIMAGINAR
EL SOFTWARE
ARGENTINO

EN ESTA EDICIÓN



03

CAYÓ LA VENTA DE INFORMÁTICA



11

REIMAGINAR EL SOFTWARE ARGENTINO



21

EL ECOMMERCE TUVO SU FIESTA

OPINAN:

- MARCELO EDUARDO COSENTINO
- ENRIQUE CARRIER



Diseñado por Aleksandr_Samochny / Freepik

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 y resellers 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

Caen un 50% las ventas de informática en Argentina



Las ventas de informática en Argentina registraron una caída del 50% durante el primer semestre del año 2024, en comparación con el mismo período del año anterior, según el Monitor de Actividad Comercial de Distribución Mayorista de Informática, elaborado por la Cámara Argentina de Distribuidores Mayoristas de Informática, Productores y Afines (CADMIPyA), en conjunto con la auditora internacional CONTEXT.

Las empresas del sector nucleadas en CADMIPyA generaron ventas por 221 millones de dólares, frente a los 525 millones de dólares obtenidos en el primer semestre de 2023.

Según el informe, las importaciones de los socios de CADMIPyA disminuyeron un 52% respecto al año anterior, alcanzando solo 132 millones de dólares, lo que representa una reducción del 75% en comparación con 2022.

Alejandro Boggio, presidente de CADMIPyA, describió el semestre como “muy difícil”, aunque señaló una leve recuperación en las ventas corporativas hacia el final del período. Boggio subrayó la importancia de reducir la carga impositiva sobre los productos informáticos y expresó su esperanza de que la eliminación del cepo cambiario y la reducción del impuesto país ayuden a reactivar el sector.

Por su parte, Astrid Ureel, Country Manager de CONTEXT, destacó que la caída de las ventas afectó a todas las categorías de productos, incluyendo notebooks, componentes y PCs, que representaron el 55% del total del semestre. A pesar de la caída interanual, Ureel observó una leve mejora en las ventas del segundo trimestre, lo que podría indicar un inicio de recuperación.

Distecna se convierte en distribuidor certificado Cisco Enterprise Agreement



Juan Ignacio Gracia, Adriana Ardití y Ezequiel Accedo.

Distecna, uno de los principales mayoristas de tecnología en la región, ha sido certificado como distribuidor *Cisco Enterprise Agreement*, consolidando su posición como un socio clave para los canales en Argentina y Paraguay. Se trata de un hito significativo, ya que es el único distribuidor en Argentina que cuenta con esta distinción, lo que le permite ofrecer una solución integral a sus socios de canal.

Adriana Ardití, Team Leader de Cisco para Argentina y Paraguay en Distecna, expresó su entusiasmo por esta nueva certificación: “Estamos muy contentos de haber recibido la certificación *Cisco Enterprise Agreement*, con la cual ayudamos al canal a presentar esta solución integral a su cliente final y que puedan desarrollarla junto a nosotros como distribuidor de valor”.

El equipo de Cisco en Distecna está compuesto por un grupo especializado de Project Managers e ingenieros ca-

pacitados en hardware, software y servicios recurrentes de Cisco. Ardití destacó que este equipo está listo para apoyar a los canales en Argentina y Paraguay, tanto en la implementación como en la gestión de las soluciones de Cisco.

“Invitamos a todos los canales a sumarse a Cisco Enterprise Agreement. Queremos que sepan que en Distecna pueden contar con un equipo especializado para trabajar junto a la marca”, agregó.

La relación entre Distecna y Cisco se ha fortalecido a lo largo de los últimos años, y esta nueva certificación refuerza esa alianza. Entre los beneficios para los canales que acceden al Cisco Enterprise Agreement a través de Distecna se incluyen mejoras en los costos, simplificación en la administración de contratos, y una integración fluida de la parte intelectual de Cisco con la conectividad y los equipos.

Intermaco realizó la segunda edición de sus Partner Trainings

El mayorista IT Intermaco está llevando a cabo su ciclo mensual de *Partner Trainings*, y esta segunda edición estuvo enfocada en Networking, junto a Dell Technologies. Estas capacitaciones técnicas y certificaciones están diseñadas para apoyar el desarrollo y crecimiento de sus canales corporativos.

En la segunda edición de los *Partner Trainings* se abordaron aspectos clave del portafolio de Dell Networking, con un énfasis especial en las innovaciones presentadas por el fabricante en Las Vegas. Los participantes tuvieron la oportunidad de aprender de Juan Facundo Martínez, Networking Sales Specialist SOLA, quien habló sobre las nuevas tendencias, Enterprise SONiC y casos de éxito con Switches Dell.

La colaboración de Intermaco con Dell ha permitido a la compañía ofrecer soluciones avanzadas y flexibles en el ámbito del networking. Dell Enterprise SONiC, un sistema operativo de red de código abierto diseñado para centros de datos a gran escala, es una de las piezas clave en la estrategia de Intermaco. Este sistema permite una gestión centralizada, incrementando la productividad y reduciendo el tiempo dedicado a operaciones diarias. La flexibilidad del hardware y la compatibilidad con switches de terceros ofrecen una amplia gama de opciones para optimizar sus infraestructuras sin necesidad de reemplazar toda su infraestructura existente.



Juan Facundo Martínez, de Dell Technologies, y Romina García, de Intermaco.

Regresan los viajes de incentivo de AIR Computers



Después de un 2023 lleno de desafíos, el mayorista IT AIR Computers anunció el regreso de su programa de viaje de incentivo. Como muestra de agradecimiento por la confianza y el compromiso de sus clientes, han organizado un viaje exclusivo para quienes se destaquen más en ventas en las marcas patrocinadora, como CX, Gamemax, Lenovo, Intel, Microsoft, Philips, XPG by Adata, y Epson, entre otras.

En AIR Computers consideran que el éxito de su empresa está estrechamente ligado al tipo de relación cercana con los resellers. Por eso, este viaje no es solo un premio, sino una oportunidad para seguir fortaleciendo los lazos.

“La idea principal es invitarlos a un destino fuera de lo común pero que tenga una buena histórica tanto cultural como de descubrimiento a nivel de entretenimiento. Esperamos que esta experiencia sea inolvidable y en un futuro traiga buenos recuerdos”, aseguraron desde el mayorista.

Modalidad de Incentivos

Habrán 10 lugares disponibles, que se determinarán por mayor nivel de facturación (USD 1 = 1 punto) que tenga el reseller en la marca sponsor.

El año pasado fue un periodo de grandes retos. Sin embargo, gracias al esfuerzo y dedicación de sus clientes, Air pudo superar las dificultades y comenzar a construir un futuro más sólido.

“Este viaje es un testimonio de la resiliencia y de la importancia de trabajar en equipo”, consideran desde la empresa.



ENTREVISTA CON GABRIEL POSOCCO

RESPONSABLE DE MARKETING DIGITAL EN CEVEN

Ceven impulsa su estrategia digital con Ceven.com

Para continuar impulsando el canal digital, el mayorista IT Ceven lanzó recientemente su nuevo sitio web, Ceven.com, un completo e-commerce basado en la plataforma Magento, de Adobe, para acercar al B2B las herramientas de comercio electrónico ya conocidas por el B2C.

Dialogamos sobre esta estrategia con Gabriel Posocco, Responsable de Marketing Digital de Ceven, y Rosa Zalazar, Ejecutiva de Ventas de Ceven.com.

“Es integrar un nuevo canal, un nuevo sistema digital, dentro de un

contexto en el que la compra online del B2T lentamente está migrando al B2B”, explicó Posocco.

“El sitio lo que permite es un dinamismo en la operación del negocio muy rápida, y el mindset digital que tenemos como compañía, de estar probando todo el tiempo cosas nuevas, hace que cada vez el sitio tenga mayores propuestas promocionales”.



Netpoint propone innovación en los puntos de venta



El monitor 3nStar PDL110 ha emergido como una solución ideal para puntos de venta (POS), combinando diseño elegante y funcionalidad avanzada. Pensado para mejorar la experiencia tanto del cliente como del operador, permite que los compradores puedan seguir en tiempo real cada una de las transacciones realizadas en caja, lo que mejora la transparencia y la confianza en el proceso de compra.

El monitor PDL110 se destaca por su diseño moderno y brillante, y por su versatilidad en la adaptación a diferentes entornos comerciales. Equipado con una pantalla LCD de 9.7 pulgadas,

este dispositivo ofrece colores nítidos y brillantes gracias a su pantalla plana sin bisel, con un brillo de 250 nits, lo que garantiza una excelente visibilidad en todo tipo de iluminación. Además, su capacidad para ajustarse a tres diferentes alturas lo convierte en una opción ergonómica, adaptable a las necesidades de cada cliente y espacio.

Una de las características más destacadas del monitor PDL110 es su capacidad para transmitir no solo las transacciones, sino también mensajes multimedia, lo que permite a los negocios aprovechar este espacio como un canal de comunicación adicional con los clientes. Este

recurso resulta especialmente útil en tiendas que buscan mejorar la interacción y fidelización de sus compradores.

“La incorporación del monitor PDL110 en los puntos de venta representa un avance significativo en la interacción con los clientes. En Netpoint, creemos en soluciones que no solo optimicen el proceso de compra, sino que también mejoren la experiencia del usuario final”, señaló Pablo Seltzer, CEO de Netpoint.

“Este monitor es un ejemplo claro de cómo la tecnología puede transformar y modernizar los entornos comerciales”, agregó Seltzer.



El Elit Brand Tour tuvo su edición en Buenos Aires

El mayorista IT Elit, realizó su Elit Brand Tour en Buenos Aires, con el apoyo de 20 marcas líderes en la industria. El evento tuvo lugar en Altos de Olivos, y tuvo como objetivo reunir a marcas con clientes, para dar a conocer las últimas innovaciones del amplio portafolio de Elit.

“En esta edición hemos decidido ampliar la participación de todas las marcas con las que trabajamos”, explicó Federico Cadó, Jefe de Marketing y Canal Digital de Elit, quien aseguró además que los referentes de cada marca estuvieron presentes para presentar sus propuestas comerciales, exhibir sus productos y compartir las novedades para este segundo semestre del año.



BVS se convierte en distribuidor autorizado de productos Fujifilm



Alberto Larraburu, BU Sales Manager de BVS.

BVS Conocimiento & Tecnología ha cerrado un acuerdo estratégico con Fujifilm, consolidándose como distribuidor autorizado de sus productos en la región. Este movimiento permite a BVS ampliar su oferta de soluciones tecnológicas, incluyendo las destacadas lentes Fujinon, reconocidas por su precisión óptica y su aplicación en el ámbito profesional del cine y la TV.

“Este acuerdo refuerza nuestra misión de proporcionar soluciones innovadoras y de alta calidad al sector audiovisual. Estamos muy entusiasmados de poder acercar productos de excelencia a nuestros

clientes,” comentó Alberto Larraburu, BU Sales Manager de BVS.

El portafolio de productos de BVS se verá enriquecido con la inclusión de las lentes Fujinon, ideales para cámaras de alta gama como la Blackmagic Design URSA. Estas lentes son reconocidas por su construcción robusta y su capacidad para producir imágenes de altísima calidad.

Además de los productos, la alianza con Fujifilm trae consigo un valor agregado importante: el respaldo técnico especializado que BVS ofrecerá a sus clientes. Esta garantía asegura que

los equipos no solo sean accesibles, sino que también se utilicen con todo su potencial, elevando los estándares en las producciones audiovisuales locales.

Con esta colaboración, BVS refuerza su compromiso con la calidad y la innovación en un sector que demanda constantemente nuevas y mejores soluciones tecnológicas. La oferta de productos Fujifilm a través de BVS estará disponible en toda la región, brindando a los profesionales del cine y la televisión acceso directo a herramientas de vanguardia para llevar sus proyectos al próximo nivel.

Fundar propone reimaginar el sector del software en Argentina

En un evento realizado hoy en sus oficinas, Fundar, la organización dedicada al estudio, investigación y diseño de políticas públicas con foco en el desarrollo de Argentina, presentó una serie de documentos y propuestas estratégicas con el objetivo de reimaginar y potenciar el sector del software en el país.

“Argentina podría ser una marca internacional en software, como ya lo es en otros productos. Esto no ocurrirá de manera automática. El desarrollo de la nueva generación de empresas de software requiere una política pública orientada a financiar su potencial latente”, dice Fundar. “Se trata de pensar una nueva agenda con sintonía más fina a sus necesidades y desafíos. Implica, por un lado, repensar a futuro el régimen de promoción sectorial vigente y, por el otro, implementar paquetes de medidas que lo complementen”.

El equipo detrás de esta iniciativa estuvo compuesto por Tomás Brill Mascarenhas, Jimena Rubio, Nicolás Sidicaro, Mariano Stampella, Ezequiel Tacsir, Carlos Pallotti, Daniel Yankelevich y Santiago Ceria.

El encargado de la bienvenida fue Santiago Ceria, Vicepresidente de Fundar: “Fundar es la casa de todos los que soñamos y creemos que Argentina va a salir adelante, y que también tenemos la ilusión de poder hacer un aporte para que eso ocurra. Lo que nos une es un consenso de que, detrás de todos los problemas económicos y sociales que tiene el país, hay un problema de una estructura productiva que no es suficiente para todo lo que nuestra sociedad demanda, y tenemos que trabajar mucho sobre eso. Ahí es donde aparece el sector del software, que es un poco la estrella y el lugar sobre el que tal vez hay más consensos sobre su importancia”.

Santiago le cedió la palabra a Carlos Pallotti, especialista en desarrollo tecnológico y productivo, con amplia experiencia en la industria del software: “Creo que lo importante de este documento es plantear ejes para el debate.



Si de algo sirve esto, es para volver a discutir qué estamos haciendo y qué tenemos que hacer en el sector. En un momento donde el sector está en cierto estancamiento multidimensional, debido a que los mercados domésticos no están dinámicos, los mercados externos están cambiando con la IA, y las políticas que pensamos hace 20 años ya no son eficaces, es crucial volver a pensar en cómo encontrar nuevos elementos disruptivos para el sector. Este documento es un disparador, una suma de ideas, y todos podemos aportar a este debate. Nuestro objetivo era lanzar esta discusión”.

Desarrollar marca: “Software de Argentina”

El informe de Fundar destaca que Argentina posee ventajas comparativas notables, como la alta tasa de creación de unicornios en comparación con otros países de ingresos medios. Este fenómeno se atribuye a factores distintivos del país, sugiriendo que Argentina tiene el potencial de convertirse en una marca reconocida globalmente en el sector del software, similar a otros productos nacionales exitosos.

Fundar sostiene que desarrollar una marca de software de Argentina podría contribuir a que los actores del mercado global reconozcan esta inusual tasa de natalidad de empresas líderes y asocien esta característica con aspectos que distinguen al país de otros en el Sur Global. Además, esta marca ayudaría a las empresas nacientes a ganar mercados internacionales.

El informe enfatiza la necesidad de un “nuevo mapa de ideas” que permita a un mayor número de empresas de software y servicios informáticos especializarse e insertarse en segmentos de alto valor agregado a nivel internacional. Esta estrategia tiene el potencial de aumentar las exportaciones intensivas en talento a mediano plazo.

La creación de este nuevo mapa implica cambiar el marco con el cual se interpreta la situación actual de la industria del software en Argentina y explorar los futuros posibles a partir del potencial existente. Este enfoque requiere la construcción conjunta de una guía innovadora de políticas sectoriales por parte de actores privados y públicos. La colaboración es esencial para dejar de hacer “más de lo mismo” y avanzar hacia una agenda innovadora y eficaz.

Rediseño del régimen de promoción sectorial

El informe subraya que, a veinte años de la creación del régimen de promoción sectorial (primero bajo la Ley de Promoción del Software de 2004 a 2019, y luego bajo la Ley de Economía del Conocimiento de 2019 a 2029), es imprescindible rediseñarlo con una perspectiva es-

tratégica. Este rediseño debe orientarse hacia actividades con mayor valor agregado para desarrollar ventajas comparativas incipientes, considerando cuatro aspectos clave:



- 1. Mejores condicionalidades:** Es crucial que las empresas beneficiarias del régimen cumplan objetivos más ambiciosos, especialmente las más grandes, que tienen presencia internacional y atraen grandes inversiones de capital.
- 2. Mayor alcance de beneficios:** Se debe extender el alcance de los beneficios a empresas más pequeñas y a aquellas que desarrollen productos para sectores exportadores dinámicos. Esto permitirá que las empresas de software se especialicen en sectores donde Argentina ya es competitiva.
- 3. Coinversión y fondos de fondos:** Es beneficioso aumentar el involucramiento de los actores privados en el financiamiento de inversiones, emulando prácticas de otros países competidores que avanzan en mecanismos de coinversión y creación de fondos de fondos.
- 4. Transparencia:** Implementar mecanismos de transparencia adecuados que provean información sobre la cobertura, funcionamiento y resultados del régimen, incluyendo detalles sobre los beneficiarios, la duración de su permanencia en el régimen y los montos recibidos.

El informe de Fundar presenta una visión ambiciosa pero alcanzable para el sector del software en Argentina. Pese a los desafíos macroeconómicos y regulatorios actuales, es crucial comenzar a diseñar una agenda consistente para posicionar a Argentina como un líder global en la industria del software.



Marcelo Di Chena es el nuevo presidente del Polo IT Buenos Aires



El Polo IT Buenos Aires, la entidad que tiene como objetivo promover, facilitar y estimular el crecimiento de las empresas de tecnología informática de la región, eligió sus nuevas autoridades para el período 2024-2026, y su nuevo presidente es Marcelo Di Chena, gerente general de MasterSoft.

Del equipo que liderará el Polo entre 2024 y 2026 también participan Franco Boette, Alejandra Ripa Alberdi, Gabriel Escobar, Fernando Rubio, María Soledad Palacios, María Laura Pala-

cios, Maximiliano Roa, Francisco Michref, Alejandra Oniszczyk, Ariela Fefer, Fernando Cabello, Andy Vior, Martín Eduardo Lukac, Matías Magran, Fabio Licenblat, y Diego Alejandro Berardo.

“En mi nuevo rol, tengo como objetivo duplicar la cantidad de empresas socias para seguir incrementando nuestra representatividad, de modo que podamos relacionarnos con la academia y el Gobierno, desde una posición aún más sólida”, explico a CanalAR Marcelo.

La CESSI impulsa la Inteligencia Artificial con su nuevo Hub de IA

La Cámara de la Industria Argentina del Software (CESSI), junto a ATICMA y el POLO IT Buenos Aires, anunció el lanzamiento de su Hub de Inteligencia Artificial (IA), un centro dedicado a fomentar la innovación, la investigación y la implementación de soluciones en IA. Esta iniciativa surge como respuesta a la creciente importancia de la IA en las industrias, y busca posicionar a Argentina como un actor relevante en el panorama global del software y los servicios tecnológicos.

El Hub, compuesto por cuatro espacios clave, tiene como objetivo promover el buen uso de la IA y su integración en las empresas del sector. Cada espacio está conformado por voluntarios de las empresas socias de CESSI, quienes se encargan de guiar las actividades en torno a la difusión, la implementación de soluciones, la ética, las regulaciones y la I+D.

Los cuatro espacios del Hub de Inteligencia Artificial de CESSI

1. Difusión y Promoción de la IA: Este espacio se encarga de comunicar y promover los beneficios de la IA en los diferentes mercados, con el fin de incentivar su adopción en las empresas y contribuir al crecimiento del sector.

2. Implementación y Soluciones: Su enfoque está en ayudar a las empresas a integrar la IA en sus procesos productivos y en la redefinición de sus modelos de negocio, con el objetivo de optimizar operaciones y mejorar la competitividad.

3. Ética y Regulaciones: La misión de este grupo es asegurar un uso responsable de la IA, promoviendo debates sobre regulaciones que fomenten un desarrollo equilibrado y ético de estas tecnologías en el país.

4. I+D para el Desarrollo de Aplicaciones y Herramientas: Dirigido a CTOs y expertos en desarrollo, este espacio se dedica a investigar y desarrollar soluciones tecnológicas que aceleren el uso de la IA en aplicaciones empresa-



Alejandro Bianchi.

riales, apoyando a las compañías en su crecimiento e innovación.

Alejandro Bianchi, responsable del Espacio de Innovación de la cámara, destacó el impacto transformador que la IA está teniendo en las industrias y cómo redefine la relación entre las personas y la tecnología. Según Bianchi, el objetivo del Hub es acompañar esta evolución tecnológica y permitir que las empresas argentinas capitalicen los beneficios de la IA en sus productos, servicios y procesos.

Además, Bianchi subrayó la importancia de un marco regulatorio que, aunque todavía es prematuro en Argentina, debe equilibrar la protección de la sociedad con la promoción de la innovación. “Una regulación bien diseñada puede, y debe, coexistir con un entorno que favorezca el crecimiento de las inversiones y la expansión de nuestras empresas en el mercado internacional”.

NOMBRAMIENTOS



Fabio Grigorjev

Evoltis

Evoltis crea la figura del Chief Artificial Intelligence Officer (CAIO) con la designación de Fabio Grigorjev. Desde esta posición el ejecutivo tendrá la responsabilidad de mejorar la experiencia del cliente y estar a la vanguardia en el desarrollo de soluciones de Inteligencia Artificial.

Previo a su incorporación a Evoltis, Grigorjev fue fundador y CEO de AdaptIO, una compañía enfocada en el desarrollo de soluciones IoT (Internet de las Cosas) proveyendo herramientas para la construcción de Ciudades Inteligentes, como así también, para la Industria 4.0. Anteriormente, desarrolló diferentes funciones en compañías nacionales e internacionales.

“Con casi 30 años en la industria tecnológica Fabio ha trabajado en empresas de renombre global y ha sido un pilar en la industria tecnológica de Córdoba. Su espíritu emprendedor y su enfoque dinámico lo han llevado a potenciar varios startups exitosos y a participar activamente en asociaciones y cámaras, incluyendo el Cluster Technology Córdoba y la CIIECCA”, aseguró Marcelo Bechara, fundador y CEO de Evoltis.



Mateo Figueroa

HP

HP Inc. acaba de anunciar que nombró a Mateo Figueroa como el nuevo director general de la compañía en Latinoamérica con efecto inmediato.

Antes de haber asumido el cargo de director general interino en mayo de este año, Figueroa se desempeñaba como director de la Categoría de Sistemas Personales para el mercado latinoamericano, y en este nuevo rol sucede a Adrian Ali, quien asumió el cargo de vicepresidente senior y Chief Operating Officer para la Categoría de Impresión de HP.

“Asumir el liderazgo de HP en América Latina es un cambio que me tiene entusiasmado y estoy listo para comenzar. Estoy orgulloso de poder continuar mi carrera colaborando con profesionales y socios excepcionales en nuestra región”, dijo Mateo Figueroa. “Estoy comprometido a continuar expandiendo nuestro negocio teniendo en cuenta el potencial que tiene Latinoamérica para impulsar acciones que beneficien a nuestro planeta, así como las necesidades de nuestros clientes en términos de flexibilidad y rendimiento, ciberseguridad e innovación”.



Alejandro Sajón

Logicalis

Logicalis, la empresa internacional de soluciones de TI y servicios gerenciados, anunció el nombramiento de Alejandro Sajón como Country Manager de Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay, Perú, Uruguay.

Con más de 30 años de experiencia en la industria de servicios y tecnología de la información, Alejandro Sajón, que ya dirige las operaciones de Logicalis en Argentina, Paraguay y Uruguay, ahora asume la responsabilidad de liderar las estrategias de la compañía en Perú, Chile y Bolivia para enfrentar los desafíos del cono sur.

“Logicalis es un motor constante de desafíos. Su cartera de clientes integrada por compañías de gran porte, tanto en el sector privado como organismos del sector público, con quienes ha establecido relaciones de confianza de largo plazo y a las que ha contribuido significativamente en la búsqueda de eficiencias en los procesos productivos, administrativos, operacionales y de transformación digital es el gran diferencial y motiva a seguir creciendo y profesionalizando la región”, destacó el ejecutivo.

Schneider Electric impulsa el acceso a la energía con lámparas solares Mobyia Lite



Schneider Electric sigue avanzando en su iniciativa de acceso a la energía mediante la distribución de lámparas Mobyia Lite, un sistema LED portátil de energía solar, diseñado para proporcionar iluminación segura y limpia en zonas sin servicio de red eléctrica. A través de esta iniciativa, en colaboración con diferentes partners y ONG's, la empresa ya ha impactado a más de 1.700 personas en sectores vulnerables y espera llegar a un total de 4.000 al finalizar el año.

“Desde Schneider Electric estamos comprometidos con impulsar el acceso a la energía segura, confiable y eficiente en poblaciones vulnerables

de Argentina, ya que entendemos la energía como un catalizador para el desarrollo económico y social. Al proporcionar energía fiable, las comunidades se empoderan y pueden mejorar aspectos clave como la educación, la atención médica y potenciar las oportunidades económicas”, destacó Sofía Yrigoyen, Sustainability Development Leader en Schneider Electric APU.

Las lámparas Mobyia Lite, fabricadas con material reciclado, son ideales para hogares, negocios y comunidades fuera de la red eléctrica, así como en actividades al aire libre. Poseen una luz blanca de intensidad variable, lo que permite iluminar diversos entor-

nos y, además, cuentan con la capacidad de cargar teléfonos móviles. Estos dispositivos se consolidan como una solución portátil, robusta y accesible. Una vez entregadas las lámparas, Schneider Electric acompaña a las comunidades con capacitaciones sobre su uso y realiza con ONGs, instituciones educativas y comedores, entrenamientos en temas vinculados a la energía, como seguridad eléctrica en el hogar, y eficiencia energética.

Esta iniciativa forma parte del programa global de Schneider Electric, “Access to Energy”, que busca proporcionar acceso a energía segura, confiable y sostenible en todo el mundo.

Las 5 recomendaciones de Argencon para posicionar a Argentina como líder en IA

Argencon, la entidad que representa a las principales empresas del sector de la economía del conocimiento, presentó un conjunto de recomendaciones estratégicas destinadas a establecer a Argentina como un referente global en el desarrollo y aplicación de la inteligencia artificial (IA).

Estas recomendaciones nacen del reconocimiento de la enorme importancia que la IA tiene en el desarrollo económico y social del país. Destacan por su enfoque en la innovación y la adaptabilidad, reflejando la experiencia de las empresas socias de Argencon en la investigación y desarrollo de soluciones de IA y en la observación de los marcos normativos internacionales.

“El marco regulatorio que se establezca sobre la IA debe considerar como principio fundamental el estímulo al desarrollo de innovaciones y soluciones creativas. La posibilidad de ser un actor destacado en la IA es fruto del desarrollo del ecosistema de conocimiento que nuestro país ha cultivado durante décadas”, destacó Luis Galeazzi, Director Ejecutivo Institucional de Argencon. “Aprovechar este capital social es fundamental para la reactivación económica del país y la posibilidad de realización profesional de nuestras generaciones más jóvenes”, agregó.

Las principales recomendación de Argencon para posicionar a Argentina como líder en IA

1. Fomentar la Innovación y Desarrollo

Promover un marco regulatorio que incentive la innovación y la creación de nuevas soluciones de IA, evitando restricciones que puedan ralentizar su desarrollo. Evitar formatos normativos rígidos, con excesiva carga burocrática. Mantener las actividades de desarrollo de IA en línea con las mejores prácticas profesionales y estándares internacionales.

2. Observación y Adaptación

No es prudente avanzar estableciendo regulaciones locales desconociendo las tendencias globales. La diversidad de



usos hace imposible determinar regulaciones generales. La amplitud, profundidad y capilaridad de las soluciones de IA requiere un sistema normativo que entienda la especificidad de los casos particulares. Favorecer la radicación de hubs de IA y fortalecer el ecosistema local para posicionar a la Argentina como un referente de primer nivel internacional.

3. Uso Ético y Responsable de la IA

Cuidar el uso responsable de las aplicaciones de IA en cada ámbito de aplicación específico a través de normativas *ad hoc*. Evitar leyes generalistas. Usar el plexo de normas ya existentes, como la de privacidad de datos personales, fraudes, defensa del consumidor, etc., para atender situaciones específicas que se deriven del uso de la tecnología.

4. Sandboxes Regulatorios

Ante situaciones complejas en las que se deba dirimir las implicaciones del uso de la IA en un entorno particular, establecer sandboxes regulatorios que faciliten un entorno de prueba y observación objetiva de los resultados de los casos de uso. Restringir esta modalidad a casos excepcionales donde haya una controversia objetiva y fundada.

5. Democratización de la IA

Proveer condiciones para el uso masivo de los beneficios de la IA, facilitando la proliferación de entidades que exploren y desarrollen nuevas soluciones. Promover la capacitación y educación en IA para asegurar que las generaciones jóvenes puedan participar activamente en este campo.

Los desafíos de la regulación de la IA: ¿un tema para el sector tecnológico o para todo el mercado?



Escribe

Marcelo Eduardo Cosentino

Vicepresidente de Negocios para Segmentos de TOTVS

La evolución y consecuente avance de la Inteligencia Artificial (IA) en los últimos años es incuestionable, y su aplicación en el mercado corporativo es creciente y ya está dando resultados. El potencial de ganancia de productividad y eficiencia que ofrece esta tecnología ha llevado a empresas de diferentes sectores de todo el mundo a intensificar su foco en esta innovación, estudiando posibles usos y aplicabilidad en los más diversos ámbitos. Desde la atención al cliente hasta el mapeo del comportamiento del consumidor y la integración con sistemas de gestión tradicionales, la tendencia es que el uso de la IA esté cada vez más presente y, obviamente, también en el mercado latino.

A medida que la inteligencia artificial evoluciona y avanza, es natural que surjan preguntas y debates sobre su desarrollo, uso e implementación, ya que esta tecnología, como cualquier otra, también puede implicar riesgos y consecuencias que aún se desconocen.

A esto se suma una serie de cuestiones éticas, legales y de seguridad de datos relacionadas con la IA que también es necesario debatir.

En este contexto, es necesario comprender que es hora de incluir la regulación de la IA en la agenda. No estoy diciendo aquí que se trate de una cuestión sencilla. Varios países del mundo, incluyendo países latinos como Argentina, Colombia y México, han debatido el proceso de creación de una legislación que regule el uso y desarrollo avanzado de la Inteligencia Artificial.

Uno de los factores que hace que el proceso de regulación de esta tecnología sea tan complejo es el hecho de que la IA ha traspasado los muros del mercado tecnológico y ya ha penetrado en los más diversos segmentos, como el comercio minorista, la educación, la salud, los mercados financieros, el marketing, etc. En otras palabras, además de definiciones amplias de mercado, la legislación también debe cubrir usos y aplicaciones específicos para cada sector ya afectado por esta tecnología.

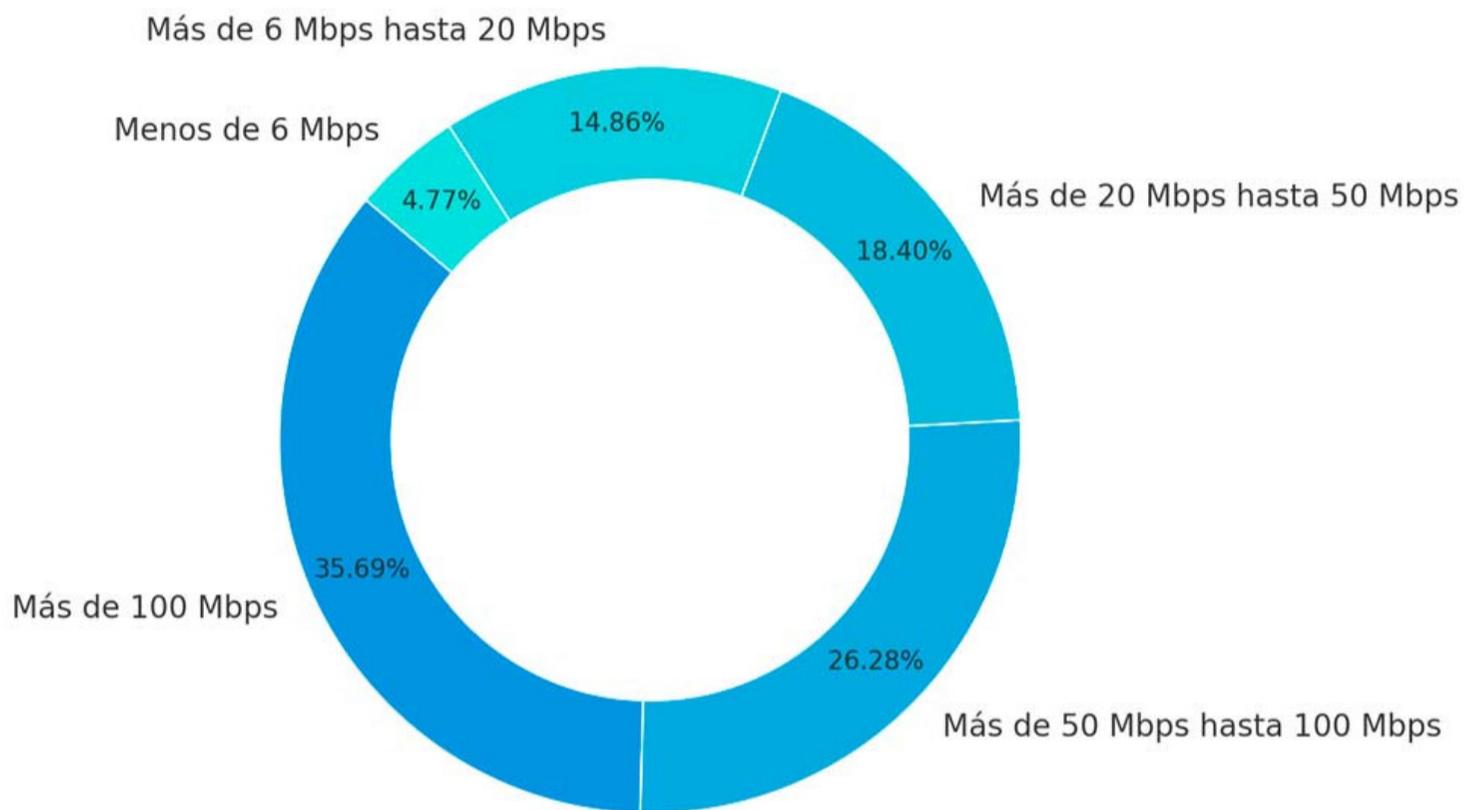
Este escenario ha sido monitoreado de cerca por nosotros aquí en TOTVS, ya que atendemos a varios segmentos diferentes, cada uno con su propia dinámica. Por ejemplo, el desarrollo de tecnología de IA en sistemas de inteligencia de datos para instituciones de salud requiere el cumplimiento de ciertas obligaciones legales y éticas, que difieren, por ejemplo, del desarrollo de

software de IA Generativa destinado a la creación de contenidos para acciones de marketing. En el ámbito jurídico, por ejemplo, las implicaciones del uso de la inteligencia artificial también chocan con otras cuestiones delicadas, como la privacidad de los datos y el sesgo.

Otro factor es que la adopción de esta tecnología avanza con diferente intensidad en cada segmento, influenciado por factores como la madurez digital de cada mercado. Para que se elabore una legislación que regule el uso de la IA, es imprescindible la contribución e implicación de diferentes agentes, ya sea en el establecimiento de estándares viables o en el seguimiento y apoyo al organismo regulador central. Además, los especialistas del sector también pueden opinar y contribuir para que la legislación no perjudique o afecte a la investigación y el desarrollo de esta tecnología.

No hay duda de que todavía quedan muchas preguntas abiertas. Alcanzar un denominador común para crear estándares de IA en los países puede llevar algún tiempo y ciertamente requerirá adaptaciones y ajustes a lo largo del camino. Sin embargo, la colaboración de todo el mercado y la sociedad será fundamental para este proceso. Al fin y al cabo, la regulación de la IA afectará a las grandes empresas de tecnología, a los desarrolladores, a las empresas y, en consecuencia, al consumidor final. Estamos al inicio de un camino que, a pesar de ser complejo, es necesario recorrer.

Crece la velocidad de conexión a internet en Argentina: el 36% de los hogares supera los 100 Mbps



La Cámara Argentina de Internet (CABASE) presentó los últimos resultados del CABASE Internet Index, un estudio que analiza el estado de la conectividad y la infraestructura de internet en Argentina. El informe revela que el 36% de los hogares con conexión fija a internet ya disfruta de velocidades superiores a los 100 Mbps, casi duplicando el 20% registrado en agosto del año pasado. Este incremento refleja un avance significativo en la velocidad de conexión en el país.

Además, el estudio indica que el 26% de los hogares cuenta con velocidades de entre 50 Mbps y 100 Mbps, lo que lleva a que el 62% de las conexiones fijas supere los 50 Mbps. Esto representa un aumento de 15 puntos porcentuales en comparación con la medición de agosto de 2023, cuando solo el 47% de los hogares alcanzaba esta velocidad.

En el extremo inferior, solo el 5% de los hogares tiene una conexión inferior a los 6 Mbps, una mejora respecto al 11% registrado en 2023. Asimismo, el 19% de los hogares navega a velocidades de entre 20 Mbps y 50 Mbps, un descenso de

3 puntos porcentuales respecto al año anterior, lo que evidencia una clara tendencia hacia la migración a velocidades mayores.

“El desarrollo de la infraestructura de conectividad a internet es clave para construir las bases de una nueva Argentina, donde el talento humano pueda desplegar todo su potencial”, dijo Ariel Graizer, presidente de CABASE, quien también señaló que, a pesar de los progresos, el país aún enfrenta desafíos en la penetración de la fibra óptica, comparado con otros países de la región.

En cuanto a la disponibilidad de fibra óptica, el 69% de los hogares con internet fijo tiene acceso a al menos un proveedor de esta tecnología, y el 52% de ellos conoce más de un proveedor en su zona, una mejora respecto al 33% registrado en agosto de 2023. No obstante, Graizer subrayó la necesidad de simplificar la regulación y reducir la carga tributaria para incentivar la inversión y el despliegue de fibra óptica, especialmente en regiones más rezagadas.

Repensando el Servicio Universal



Escribe

Enrique Carrier
Analista de mercado

Desde la asunción del actual gobierno, en materia de telecomunicaciones no hubo muchos avances en medidas concretas (aunque hay que destacar la apertura satelital y la derogación del DNU 690), pero sí un foco “hacia adentro”, especialmente en el Enacom, donde la orden fue achicar estructuras (físicas y de personal) y simplificar procesos, además de desmalezar.

No obstante, desde el comienzo de la intervención del Enacom se menciona que está bajo estudio una reformulación del Fondo del Servicio Universal (FSU). Como paso previo, se llevó adelante una auditoría sobre el destino de los fondos en la cual habrían encontrado una serie de irregularidades. Pero más allá de este “revisionismo”, todavía no se conoce un plan concreto respecto de cómo administrar el fondo en adelante.

Una de las alternativas que se barajan es la de usarlo, al menos parcialmente, para subsidiar la demanda, a

diferencia de lo que sucedió hasta el momento, donde el foco estuvo puesto en la oferta. Si bien el concepto de subsidio a la demanda está en línea con el pensamiento del actual gobierno, hay que ser prudentes en cuanto a expectativas.

Tomando las cifras entre el 2016 y el 2023, se obtiene que anualmente se recaudaron en promedio unos US\$ 73 millones anuales. En caso de que el subsidio para un hogar fuera de unos US\$ 10 (equivalente a unos \$ 10.000 al cambio oficial), ese monto alcanzaría para subsidiar unos 600.000 hogares anualmente. Esto si fuera destinado a conectividad fija, a través de un subsidio por hogar. Si la intención fuera subsidiar a la demanda para el uso de líneas móviles, tomando un subsidio de US\$ 4 (equivalente al ARPU), se podría beneficiar a 1,5 millón de personas. A modo de referencia, la Asignación Universal por Hijo (AUH) tiene unos 3,8 millones de beneficiarios.

Por otra parte, destinar los fondos a subsidiar la demanda sirve para cerrar la brecha socioeconómica, pero no impacta en la brecha geográfica, la cual se da en las zonas donde no hay infraestructura. Esto obliga a pensar que no sería adecuado únicamente subsidiar a la demanda para resolver los problemas de brecha digital. Por lo tanto, sería razonable que los subsidios a la demanda fueran sólo una porción del total de fondos disponibles, si bien implicaría que los poten-

ciales beneficiarios fueran significativamente menos.

Sin embargo, los cambios en el ecosistema de conectividad como consecuencia de la apertura de los cielos en materia satelital potenciaron una nueva modalidad de acceso que puede requerir de una mucho menor inversión en el subsidio de oferta. Es que más allá del desembarco de las constelaciones LEO como Starlink y OneWeb, a los que se sumará Kuiper en el 2025, la mayor competencia también trajo como consecuencia una baja de precios de las alternativas GEO tradicionales, tanto en lo que es costo de instalación como de abono mensual. La tecnología satelital es más que viable en localidades alejadas, donde la conectividad provista puede ser ampliada localmente a través de soluciones de WiFi comunitario. Por lo tanto, no puede ser obviada como alternativa.

En definitiva, el manejo del Fondo del Servicio Universal, más allá de un tema político es un tema económico, entendiendo como tal a la administración de recursos escasos. Un desafío que deberá afrontar el Enacom.

() Enrique Carrier: Analista de mercado especializado en Internet, informática y telecomunicaciones, con más de 20 años de experiencia en el sector tecnológico. Además, es el editor de “Comentarios”, el newsletter semanal y blog de Carrier y Asociados*

El sector del eCommerce tuvo su fiesta: “Hemos alcanzado una penetración del 18%”



Marcos Pueyrredón y Andrés Zaied, en el eCommerce Day Argentina

Acaba de tener lugar la 18va edición del eCommerce Day Argentina, un evento que reunió a más de 12.000 profesionales del comercio digital, organizado por el eCommerce Institute, en colaboración con la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE).

La apertura del evento estuvo marcada por la celebración de los 25 años del ecosistema digital en Iberoamérica. Marcos Pueyrredon, Presidente del eCommerce Institute y cofundador de VTEX, presentó el libro “Génesis de un futuro digital”, un homenaje interactivo que recorre la historia y evolución del comercio digital en la región, con más de 150 entrevistas a pioneros de la industria.

Pueyrredon destacó en su discurso los logros alcanzados por la industria en estos 25 años, subrayando la importancia de la sustentabilidad y la rentabilidad para continuar el crecimiento en un entorno cada vez más competitivo. “Hemos alcanzado una penetración del 18% en canales digitales, un hito que siempre soñamos. Pero el verdadero

reto es lograr la sustentabilidad y rentabilidad necesarias para seguir creciendo”, afirmó.

El evento también fue escenario para la entrega de los eCommerce Awards Argentina 2024, que reconocen a las empresas que han dejado una huella significativa en el ecosistema digital. Entre los ganadores destacan Despegar en la categoría de Viajes y Turismo, Naldo en Retail de Tecnología y Electrodomésticos, y Mercado Libre en la categoría de Marketplaces y Super Apps.

Andrés Zaied, Presidente de CACE, resaltó la madurez alcanzada por el comercio digital en Argentina, con un canal online que representa en promedio el 18% del total de ventas en el país. “Es un gran momento para celebrar los 25 años del ecosistema digital, continuando con el propósito de brindar todas las herramientas que profesionalicen a los equipos y los preparen para superar cada vez más objetivos”.

canal **AR**