enfasys
N°235 - Diciembre 202

ENTREVISTA DE TAPA

“El gran desafío de todos los fabricantes de memoria es mantener sus contratos al mejor nivel posible” Jean-Pierre Cecillon, Regional Director Spanish South America en Kingston.

enfasys

2026

Conocé nuestra grilla de informes mensuales y planificá tu **crecimiento** todo el año.

MESES	INFORMES
Enero	Balance 2025 / Visión 2026 (Vendors).
Febrero	Transformación del Canal & Modelos Comerciales.
Marzo	Cómo sumarse al negocio de la Inteligencia Artificial.
Abril	Ciberresiliencia en entornos multicloud.
Mayo	Colaboración Multiexpertise entre Partners: Soluciones Unificadas para el Cliente Final.
Junio	Seguridad Física Avanzada + Control de Acceso + Video Analítica.
Julio	Data Centers / Infraestructuras modernas.
Agosto	Cloud-Profit 2026: El negocio de revender eficiencia en un mercado multicloud e inflacionario.
Septiembre	Comunicaciones Unificadas + Videocolaboración + Pantallas Interactivas.
Octubre	Servicios de Ciberseguridad.
Noviembre	Soluciones de Impresión, Digitalización y Workflow / POS / Etiquetas.
Diciembre	Virtualización & Modernización de Servidores.
Enero 27	IA Real 2026: Cómo el Canal IT monetiza la automatización inteligente.

¡PARTICIPÁ DE NUESTROS INFORMES 2026!
Reservá tu espacio en la grilla editorial

EVOLUCIONAMOS AL
RITMO DE **LA TECNOLOGÍA** channel

Ampliamos nuestro ecosistema de negocios con formatos estratégicos diseñados para alcanzar cada sector del mercado. Más segmentación, mayor alcance y resultados optimizados para tu estrategia comercial.

LANZAMIENTO PREVENTA

RESERVÁ TU LUGAR AHORA Y **PAGÁ MENOS**

- **Descuento especial** para los primeros 10
- Pago anticipado **= precio preferencial**
- Vigente hasta el **28 de febrero**

TRES FORMATOS
DISEÑADOS PARA CONQUISTAR TODO EL MERCADO

channel talks	channel biz	channel select
Canales B2C y B2B	Canales B2B & Sector corporativo	Mercado vertical específico

mediaware

Sumario #255
Diciembre 2025

>> Balance 2025 / Visión 2026

8 | Licencias Online: “La infraestructura híbrida representa un cambio paradigmático en la arquitectura empresarial"

14 | Distecna: "En 2026, la ciberseguridad va a seguir siendo importante y la IA va a empezar a explotar"

18 | Latamly: “Reforzaremos vendors en nuevas verticales que nos permitan controlar la experiencia B2C y B2B”

22 | IT Group: "Acompañar a nuestros partners implica ayudarlos a evolucionar"

26 | Stylus: “Buscaremos reforzar tecnologías y marcas que aporten innovación, confiabilidad y escalabilidad”

30 | Nexsys: “Creemos que 2026 va a ser un año muy próspero, con mucha inversión”

34 | Masnet: “Continuaremos expandiendo nuestra oferta con marcas de alto valor para el canal”

36 | Irion: “Estamos incorporando nuevas tecnologías para expandir nuestras entregas al interior del país”

38 | Isecom / Gelin Group

40 | Drams / Corcisa

42 | Kingston: “El gran desafío de todos los fabricantes de memoria es mantener sus contratos al mejor nivel posible”

48 | “Convertirse en partner de **Fortinet** para Small Business habilita entrar a un mercado con demanda creciente”

54 | Epson impulsa el ahorro de papel como ventaja competitiva para el canal

La mini UPS que marca la diferencia

Back-UPS de APC

Protege tus redes y equipos con la Back-UPS de APC asegurando una conectividad constante.

- Protección continua para routers, cámaras IP y más.
- 36W de respaldo real
- Múltiples puntas DC incluidas
- Batería de ion-litio que ofrece hasta 4 horas de autonomía y una vida útil prolongada.

Conoce más en se.com

Life Is On | Schneider Electric

2025: La resiliencia como puente hacia un nuevo ciclo de valor

Cerramos un 2025 que marcó un punto de inflexión definitivo para el ecosistema de canales en Argentina. La apertura de importaciones y la normalización del comercio exterior terminaron con la escasez, pero dieron paso a un escenario de hipercompetencia y reducción de márgenes inédito en los últimos años. En un contexto de consumo retraído, la disponibilidad de stock dejó de ser una ventaja competitiva, obligando a los partners a navegar una guerra de precios que puso a prueba la solidez financiera y la agilidad comercial de todo el sector.

Sin embargo, esta coyuntura confirmó que el "valor agregado" es la única estrategia viable para garantizar la rentabilidad. Quienes lograron sortear la crisis con éxito fueron aquellos que entendieron que el negocio ya no reside en el simple movimiento de cajas, sino en la capa de servicios profesionales y consultoría. La figura del canal como Trusted Advisor se consolidó como el gran diferencial: en tiempos de presupuestos ajustados, el cliente final priorizó a quien pudo orquestar soluciones tecnológicas eficientes por encima de quien solo ofreció el mejor precio en hardware.

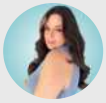
Miramos ahora hacia 2026 con un optimismo renovado y fundamentado. Con las variables macroeconómicas tendiendo a la estabilización y una proyección clara de recuperación en la actividad económica general, el próximo año se perfila como el momento de la cosecha. El canal IT ha demostrado una vez más su histórica capacidad de adaptación y está listo para dejar atrás la resistencia y enfocarse, finalmente, en el crecimiento.

Manténgase informado diariamente en www.enfasys.net

Puede leer online y descargar la versión digital de esta revista o números anteriores en www.enfasys.net/revista-digital/

Oscar Suárez
Director Ejecutivo
osuarez@mediaware.org

Leonardo Barbieri
Director Editorial
lbarbieri@mediaware.org



Silvia Barrios
Regional Manager
sbarrios@mediaware.org

Para publicar en este medio:
ventas@enfasys.net
www.enfasys.net/publique/

La empresa editora no se responsabiliza por las opiniones o conceptos vertidos en los artículos, entrevistas y avisos.

Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización.

Edita, comercializa y distribuye:

mediaware

AV Roque Saenz Peña 1145/49,
Edificio Diagonal Plaza Piso 2,
Buenos Aires, Argentina

Tel.: +5411-4308-6642

enfasys itseller ITWARE LATAM COM enretail HOGAR & ELECTRO

kanji

KANJI, tecnología para la vida cotidiana

www.kanji.com.ar

Licencias OnLine

“La infraestructura híbrida representa un cambio paradigmático en la arquitectura empresarial"

Si hay algo que hemos confirmado al elaborar nuestro reciente informe **“Tech Trends 2026: la era de la resiliencia autónoma”** es que la adaptabilidad ya no es una ventaja competitiva, sino un requisito indispensable de supervivencia. Mirando hacia el futuro cercano, los datos son contundentes: nos dirigimos hacia un ecosistema donde la infraestructura híbrida no solo será común, sino la configuración tecnológica dominante que adoptarán las empresas.

Para nuestros canales en Argentina, entender este matiz es crucial para capturar las oportunidades de negocio que se avecinan. Ya no estamos hablando simplemente de vender "nube" o "hardware" por separado. Estamos ante un modelo que fusiona estratégicamente sistemas locales tradicionales, nubes privadas especializadas y plataformas de nube pública. Pero el verdadero salto cualitativo —y aquí es donde invito a nuestros socios a poner el foco— es el paso del multicloud a la "intercloud".

A menudo se confunden estos términos, pero la diferencia es vital para la arquitectura moderna. Si el multicloud consiste en utilizar dos o más soluciones en la nube, la

FABIO MEZA,
TECHNICAL PRESALES
& PROFESSIONAL
SERVICES LATAM
LEADER

“La coyuntura actual de la virtualización y el crecimiento del 15,45% en la nube regional nos presentan una oportunidad única: el canal debe evolucionar de vendedor de licencias a arquitecto de ecosistemas intercloud".

intercloud lleva este uso un paso más allá, puesto que implica el uso de más de una solución para gestionar activamente los datos en un ecosistema cohesivo. Esto permite a las organizaciones mantener el control granular sobre datos críticos mientras aprovechan la escalabilidad de la nube pública.

El negocio para el canal local es inmenso y tiene métricas claras que validan esta inversión. Se proyecta que el mercado de la nube en Latinoamérica crecerá a una tasa anual compuesta del 15,45% entre 2025 y 2030. Este crecimiento no es casual; responde a la necesidad urgente de las empresas de abandonar infraestructuras monolíticas que ya no pueden sostener el ritmo de la innovación actual. que validan esta inversión.

Se proyecta que el mercado de la nube en Latinoamérica crecerá a una tasa anual compuesta del 15,45% entre 2025 y 2030. Este crecimiento no es casual; responde a la necesidad urgente de las empresas de abandonar infraestructuras monolíticas que ya no pueden sostener el ritmo de la innovación actual.

En este contexto, no podemos ignorar la coyuntura de la virtualización que está reconfigurando el tablero. Un movimiento de mercado que marca tendencia es la

adquisición de VMware por parte de Broadcom. Esto está impulsando a muchas empresas argentinas a reevaluar su infraestructura de TI ante cambios significativos en precios, licenciamiento y estrategia de producto. Aquí se abre una ventana de oportunidad única para ustedes: ayudar a los clientes a explorar opciones arquitectónicas como la migración hacia otras plataformas, la adopción de modelos híbridos o la transición a entornos basados en contenedores.

La Inteligencia Artificial como nuevo orquestador

Pero la infraestructura es solo la base; la inteligencia es el motor. Nuestro reporte destaca que la Inteligencia Artificial dejará de ser solo una carga de trabajo para convertirse en el orquestador del ecosistema. Para 2029, se prevé que el 50% de los recursos informáticos en la nube se dedicarán a cargas de trabajo de IA a nivel global.

"Si el multicloud consiste en utilizar dos o más soluciones en la nube, la intercloud lleva este uso un paso más allá, puesto que implica el uso de más de una solución para gestionar activamente los datos."

Esto dará paso a lo que llamamos AIOps, donde la IA mejorará las operaciones mediante la distribución automatizada de cargas, detección de amenazas en tiempo real y análisis predictivo para controlar costos.

Finalmente, la capilaridad de esta tecnología llegará al borde. En Latinoamérica, la importancia de la computación de borde (Edge Computing) como habilitador de proyectos de IA se verá reflejada directamente en los presupuestos de TI. Según IDC, las partidas destinadas a estas implementaciones pasarán del 14% al 15% en promedio en los próximos 12 meses. Esto es fundamental para sectores críticos como salud, ciudades inteligentes y manufactura, que requieren latencia ultrabaja.

En Licencias OnLine estamos listos para acompañarlos en esta transición hacia la resiliencia autónoma, integrando soluciones de líderes como Microsoft, AWS, Huawei Cloud, Red Hat y Oracle, y las recientes alianzas en virtualización que hemos incorporado a nuestro portafolio, como Cannonical, Scale Computing y Virtuozzo, que ya están facilitando esta interoperabilidad multicloud.
El futuro es híbrido, inteligente y, sobre todo, autónomo.

"La IA también redefine el valor de la infraestructura híbrida, donde conviven nubes públicas, privadas, entornos on-premises y edge; actúa como un orquestador que maximiza eficiencia y resiliencia."

brother
at your side

ADS-4700W

Escáner profesional de escritorio con red cableada y WiFi.

- Velocidad de hasta 40 ppm / 80 ipm a doble faz.
- Conectividad Wi-Fi, Ethernet y USB 3.0.
- Pantalla táctil color intuitiva y personalizable.
- Seguridad avanzada con bloqueo de funciones y autenticación de usuario.
- Escaneo directo a servicios en la nube, correo electrónico, red y USB.

ADS3100 | ADS4300N

Diseño compacto, robusto y confiable para oficinas con alto volumen

- Velocidad de hasta 40 ppm / 80 ipm a doble faz.
- Varias opciones de conectividad.
- Seguridad de triple capa.

/brotherargentina
/brothertecnologia_ar
/brother.latino
www.brother.com.ar

ENCONTRALAS EN

Stylus · AIR COMPUTERS · elit · suzano STENFAR · free

Distecna

"En 2026, la ciberseguridad va a seguir siendo importante y la IA va a empezar a explotar"

Si miro el retrovisor y analizo nuestra trayectoria reciente, la sensación es que hemos tenido de todo. Venimos de años de estar cerrados al mundo, y hoy respiramos un aire diferente, con mucha más estabilidad en lo referido a las importaciones. Tuvimos años para entretenernos con una diversidad de escenarios de mercado, pero el balance actual nos deja en un lugar mucho más sólido.

Al recordar el inicio del 2025, no voy a negar que había incertidumbre. Estábamos todos expectantes, preguntándonos qué esperar después de tanta inestabilidad previa. Sin embargo, la realidad superó a la expectativa: hoy cerramos un buen año, mucho mejor de lo que se preveía en aquel comienzo incierto. Fue un periodo parejo a nivel de mercado, ventas y proyectos, lo que nos permitió trabajar con mayor previsibilidad.

Al trazar el balance del 2025, el saldo es positivo. Trabajamos intensamente con un abanico amplio de marcas, pero hay verticales que marcaron el pulso del negocio. Está a la vista que la ciberseguridad está en pleno auge. Hoy las empresas

EUGENIA GRADIA,
GERENTE DE VENTAS DE
CORPORATIVO Y SMALL
BUSINESS EN DISTECNA.

“Seguiremos trabajando codo a codo con nuestros partners, acompañándolos con nuestros preventas, con muchas capacitaciones, certificaciones y todo lo que necesiten, brindándoles el mejor servicio para ayudarlos a cerrar los mejores negocios”.

comprenden que, en lo que respecta a proyectos corporativos, la inversión en seguridad no es opcional; es una clave fundamental para la continuidad del negocio. Si bien el networking es una vertical que siempre está presente, la ciberseguridad muestra un crecimiento anual sostenido que destaca sobre el resto.

En paralelo, hemos puesto mucho foco en Verge.io, una marca que venimos desarrollando fuertemente para cubrir el vacío que está dejando VMware. Fue un año de siembra con esta solución y estoy convencida de que empezará a dar sus frutos concretos a partir de 2026.

“Sabemos que en épocas electorales los proyectos corporativos tienden a frenarse, por lo que este escenario despejado de 2026 es una excelente noticia. Visumbro que la ciberseguridad seguirá siendo crítica y que la IA finalmente explotará, demandando infraestructura robusta”.

Respecto a la Inteligencia Artificial, si bien se habla de una explosión, creo que aún estamos en el principio de ese fenómeno. Hay que tener en cuenta el contexto: al venir de muchos años de mercado cerrado, este 2025 se caracterizó por una ola de

renovaciones de equipamiento que no se habían podido realizar anteriormente. Por eso, creo que la IA aún no ha explotado directamente sobre el modelo del distribuidor masivo, pero sin dudas es algo que empezaremos a ver con fuerza en 2026, requiriendo mejores soluciones y soporte.

Nuestra filosofía en Distecna no es solo hablar de marcas, sino de soluciones. Buscamos cerrar proyectos respondiendo a la pregunta: ¿cuál es la mejor solución que se adapta a lo que el cliente final está pidiendo? Para ello, certificamos a los canales y capacitamos a nuestra propia fuerza de venta.

En resumen, espero un 2026 similar al 2025: con estabilidad, un mercado abierto y mucha competencia. Nosotros seguiremos allí, enfocándonos en brindar el mejor servicio a nuestros clientes.

“La necesidad ha mutado. Ya no se trata de cubrir las demoras de pago de 70 días de otras épocas, sino de acompañar las nuevas necesidades financieras en un esquema de otra estabilidad económica. El modelo cambia totalmente y nuestro rol es acompañarlos desde el negocio: con marcas nuevas, con un área de preventa sólida para dimensionar proyectos, y con mucha capacitación”.

latamly Group
involve to evolve

“Reforzaremos vendors en nuevas verticales que nos permitan controlar la experiencia B2C y B2B”

2025 fue un año clave de ejecución estratégica y consolidación regional para Latamly, materializando nuestra visión de ser la plataforma líder en el desarrollo de marcas tecnológicas en Latam.

Nuestros principales logros se agrupan en tres pilares: primero, la consolidación regional profunda. En segundo término, la diversificación estratégica del portafolio, con el desarrollo y/o consolidación de cinco nuevas marcas de alto valor, como Aiper (robótica para piscinas), Anthbot (robótica para jardinería), BMAX (MiniPCs), Cecotec (home appliances), Maono (soluciones de audio) y PXN (periféricos de simulación). Asimismo, hemos ampliado el portafolio de marcas actuales, como en el caso de Redragon, con la incorporación de mobiliario y pantallas portátiles.

Finalmente, la fortaleza operativa y financiera, con el lanzamiento exitoso de Obligaciones Negociables en el mercado argentino. Además, estamos consolidando nuestro propio hub logístico en el predio Polo 52 en Córdoba, lo que nos brindará una eficiencia operativa inigualable y escalabilidad para manejar el volumen creciente de todo el portfolio.

MANUEL ARCE, CRO
DE LATAMLY GROUP
“Hacia 2026, las estrategias de Latamly se focalizan en impulsar nuestro core de negocio con tecnología de avanzada, incorporar con mayor agilidad nuevas marcas que faciliten la vida de los consumidores y escalar los negocios existentes con una precisa inteligencia de mercado, país por país, en toda la región de Latinoamérica”.

En lugar de enfocarnos en vender AI, nuestra prioridad es aplicar la Inteligencia de Datos en nuestro core de detección de oportunidades, lo que nos permite garantizar el éxito comercial, ya que utilizamos análisis predictivo para asegurar el product-market fit regional, identificando el nicho exacto de 'Valor por Precio/Calidad' y, por lo tanto, la rentabilidad en la región, blindándonos contra el riesgo de inventario.

También nos permite optimizar el capital, ya que la información nos permite ser quirúrgicos con el stock y la logística, lo que es vital para la sostenibilidad financiera en entornos volátiles.

“La migración de una venta transaccional (enfocada en el precio) a una venta consultiva (enfocada en la solución y el valor a largo plazo) es un imperativo para hacer buenos negocios en los tiempos que vienen. Nuestra estrategia se centra en la transferencia de conocimiento, la validación con herramientas y la búsqueda de rentabilidad en los eslabones de la cadena que agreguen valor”.

El desafío central de nuestro modelo e-commerce es que la venta del mismo producto por múltiples sellers con estructuras de costo y márgenes distintos inevitablemente crea disparidad en los precios.

Esta disparidad no solo confunde al cliente, sino que socava la promesa de un modelo completo con valor uniforme que Latamly busca establecer. El objetivo de nuestro equipo comercial no es solo gestionar servicios de múltiples vendors, sino resolver la difícil tarea de gestionar esta tensión. Nuestra adaptación se guía por un imperativo innegociable: garantizar el precio acorde y justo para el consumidor final.

Toda nuestra evolución tecnológica está centrada en encontrar el delicado equilibrio que nos permita acercar más soluciones de calidad a la región, mantener la flexibilidad para que nuestros partners puedan operar con eficiencia, para sostener que la lógica del negocio Latamly permanezca inquebrantable en la mente del consumidor con los productos que disponibiliza. Estamos convencidos de que es el camino para asegurar que todas las partes siempre sientan que están obteniendo el mejor valor.

“En esencia, la tecnología que buscaremos reforzar es aquella que, a través de nuestra inteligencia de datos, garantice el equilibrio perfecto entre calidad y precio, sin el cual no puede haber éxito sostenible en los mercados de América Latina”.

"Acompañar a nuestros partners implica ayudarlos a evolucionar"

2025 fue un año que nos desafió y nos impulsó a crecer. Liderar una PyME argentina con proyección regional implica más que abrir operaciones en otros países: demanda preparación constante, adaptabilidad y la convicción de avanzar incluso frente a contextos cambiantes. Este camino reforzó mi vocación por superar límites, elevar estándares y estar presente donde es necesario para resolver.

Pero, sobre todo, reafirmó el valor de nuestro equipo. En IT Group honramos nuestro nombre: somos un grupo que se fortalece desde la diversidad de miradas y el compromiso de cada persona. Esa combinación nos permitió consolidar nuestra expansión de manera seria, profesional y coherente.

Este año ampliamos nuestra presencia regional, fortalecimos relaciones estratégicas e incorporamos nuevas soluciones que integran servicio técnico, logística y acompañamiento especializado.

También sumamos depósitos y capacidades operativas que nos permiten anticipar necesidades, diseñar respuestas más ágiles y asegurar que cada requerimiento pueda ser atendido con previsibilidad.

CRISTINA VIZGARRA, PRESIDENTA DE IT GROUP.

“20 años construyendo, evolucionando y resolviendo junto a vos. En 2026 seguimos adelante con la misma convicción: superar límites y acompañar cada desafío con trabajo real”.

Pero quizás el logro interno más significativo fue la finalización e implementación de un sistema desarrollado íntegramente por nuestro equipo, pensado para mejorar la experiencia de quienes trabajan con nosotros, brindar métricas más precisas y permitir una gestión más eficiente de todo el ciclo de servicio. Es un avance que refleja, una vez más, nuestra capacidad de pensar, crear y ejecutar soluciones que anticipan lo que viene.

Mirada tecnológica para 2026

La evolución de la IA, la automatización y la gestión avanzada de datos abre oportunidades significativas. En IT Group ya integramos estas tecnologías a nuestra operación y en 2026 seguiremos profundizando su adopción para potenciar eficiencia, anticipación y previsibilidad.

"En un país donde adaptarse es parte de la identidad, cada avance confirma nuestra capacidad de evolucionar sin perder nuestra esencia: cercanía, responsabilidad y trabajo real".

Estamos para escuchar, comprender cada desafío y poner nuestra experiencia al

servicio de proyectos concretos, optimizando tiempos, recursos y costos cuando sea posible. Creemos en relaciones donde la tecnología aporta, pero donde la presencia, el compromiso y la responsabilidad siguen marcando la diferencia.

Acompañar a nuestros partners implica ayudarlos a evolucionar. En 2026 profundizaremos esta estrategia mediante un acompañamiento técnico y comercial más robusto, soporte especializado para implementaciones estratégicas y un modelo operativo claro y eficiente que facilite cada instancia del proyecto. Buscamos consolidar espacios de colaboración real que permitan avanzar hacia soluciones más complejas y recurrentes, siempre con una mirada profesional y orientada a resultados.

“IT Group se define por una búsqueda permanente: mejorar procesos, resolver problemas reales y acompañar a cada organización con una mirada integral y profesional. Crecimos enfrentando contextos diversos, y esa resiliencia sumada a un equipo altamente capacitado nos permite ofrecer respuestas ágiles, confiables y consistentes en cualquier país donde operemos”.

Stylus

“Buscaremos reforzar tecnologías y marcas que aporten innovación, confiabilidad y escalabilidad”

Durante 2025 avanzamos en mejoras concretas orientadas a fortalecer la operación y acompañar mejor a nuestros clientes y partners. Dimos pasos relevantes en la optimización de la experiencia de compra a través de nuestra web y concretamos la implementación de un nuevo sistema de gestión integral, que hoy nos permite operar con mayor visibilidad, control y eficiencia en el día a día.

El cambio de nuestro ERP nos está permitiendo avanzar día a día en la evolución de nuestro e-commerce, facilitando la integración con distintas plataformas y fortaleciendo la vinculación digital con los sistemas y sitios web de nuestros clientes.

En 2026 priorizaremos soluciones de cómputo e infraestructura de data center preparadas para soportar cargas de trabajo de Inteligencia Artificial, en un contexto de consolidación del mercado y de una migración cada vez mayor hacia

MARIANO
FERNÁNDEZ,
CEO DE STYLUS.

“Apostamos a ordenar la operación, fortalecer a nuestros partners y acompañar la evolución del mercado con soluciones, conocimiento y una mirada de largo plazo”.

plataformas más eficientes, escalables y estandarizadas de los fabricantes con los que trabajamos.

“En 2026 priorizaremos soluciones de cómputo e infraestructura de data center preparadas para soportar cargas de trabajo de Inteligencia Artificial, en un contexto de consolidación del mercado y de una migración cada vez mayor hacia plataformas más eficientes, escalables y estandarizadas de los fabricantes con los que trabajamos”.

Buscaremos reforzar tecnologías y marcas que aporten innovación, confiabilidad y escalabilidad, especialmente en Cloud, data, networking, seguridad y colaboración, ampliando la propuesta de valor para nuestros canales.

Estamos ampliando nuestro warehouse, incorporando más de un 30% adicional de posiciones de almacenamiento y avanzando en la modernización integral de nuestro depósito general. Al mismo tiempo, llevamos adelante la remodelación de nuestra casa central en Buenos Aires y la actualización de la sucursal de Córdoba, con el objetivo de convertirla en un hub para

atender de manera más eficiente a nuestros clientes del interior del país y a nuestros proveedores. Estas inversiones apuntan a mejorar la operación, la logística y la experiencia general de nuestros clientes y partners.

A nivel estructura, estamos avanzando hacia una organización más especializada y cercana al negocio, fortaleciendo equipos comerciales y técnicos para acompañar un portafolio de soluciones cada vez más complejo y de mayor valor agregado.

Acompañamos a nuestros partners con capacitación, soporte comercial e incentivos alineados al desarrollo de soluciones integrales y modelos recurrentes, promoviendo relaciones de largo plazo. En ese marco, estamos lanzando una carrera de compras que permitirá a 11 clientes acompañarnos al próximo Mundial de fútbol, como parte de una estrategia de fidelización y trabajo conjunto con el canal.

“Estamos avanzando hacia una organización más especializada y cercana al negocio, fortaleciendo equipos comerciales y técnicos para acompañar un portafolio de soluciones cada vez más complejo y de mayor valor agregado”.

nexsys

“Creemos que 2026 va a ser un año muy próspero, con mucha inversión”

Cuando me detengo a analizar el año que estamos dejando atrás, la palabra que surge de inmediato es “desafiante”. Sin embargo, puedo decir con orgullo que la operación de Nexsys en Argentina ha salido muy bien parada. Este balance positivo no es fruto del azar, sino de una estrategia de consolidación en áreas críticas.

Durante 2025, hemos logrado que el área de ciberseguridad se convierta en una parte sumamente sólida de nuestra estructura, creciendo a un ritmo excelente. A esto se suma nuestro liderazgo histórico en el mundo de los Data Centers, donde nos apoyamos en la potencia de líneas como Lenovo, HPE, Oracle e IBM, además de nuestra fuerte presencia con Microsoft.

Este desempeño nos permite proyectar un arranque de 2026 con expectativas de crecimiento de doble dígito. Estamos convencidos de que, una vez superados los problemas políticos y macroeconómicos del país, nos encontraremos ante un escenario de mucha prosperidad.

GABRIEL SOBEK,
GERENTE GENERAL
PARA ARGENTINA,
URUGUAY Y
PARAGUAY DE
NEXSYS

“Observamos que el mercado demanda que los partners pasen de la venta puramente transaccional a una estrategia de valor. En Nexsys contamos con un equipo sólido de preventa y PMs experimentados para asesorarlos en esta transición. Queremos que el canal venda licencias y hardware, pero principalmente servicios; allí es donde reside el verdadero negocio hoy en día”.

Por eso, en Nexsys estamos apostando todo a lo que viene. Parte fundamental de esta apuesta es nuestra mudanza al nuevo Polo Tecnológico de Núñez. Entre marzo y abril inauguraremos oficinas diseñadas para llevar adelante nuevas iniciativas, con mejores instalaciones y capacidad de estacionamiento para recibir a nuestros socios de negocios.

En términos de oferta, el 2026 llegará con novedades contundentes. En el mundo de Oracle, hemos conseguido un programa muy valioso para ofrecer OCI AI en la nube. También estamos abriendo camino en sectores específicos, como el lanzamiento junto a Arai de una nueva línea de chromebooks para el mercado educativo, y la obtención de la distribución de HP Cómputo, Audio y Video, con inventario disponible a partir de febrero.

“Estamos abriendo camino en sectores específicos, como el lanzamiento junto a Arai de una nueva línea de chromebooks para el mercado educativo, y la obtención de la distribución de HP Cómputo, Audio y Video, con inventario disponible a partir de febrero”.

Sin embargo, el crecimiento real para el canal no vendrá solo de la mano de los productos, sino de su capacidad de transformación. Observamos que el mercado demanda que los partners pasen de la venta puramente transaccional a una estrategia de valor. En Nexsys contamos con un equipo sólido de preventa y PMs experimentados para asesorarlos en esta transición. Queremos que el canal venda licencias y hardware, pero principalmente servicios; allí es donde reside el verdadero negocio hoy en día.

Sabemos que la multiplicidad de soluciones puede confundir a los clientes. Por eso, nuestro rol es guiar a los partners a través de los programas de fabricantes y brindarles el respaldo financiero necesario. Para abarcar proyectos grandes, el canal debe saber que Nexsys es un aliado sólido, con crédito y capacidad para acompañarlos en cada paso. El 2026 será un año de inversión, y estamos preparados para que nuestros socios de negocios lo aprovechen al máximo.

“En términos de oferta, el 2026 llegará con novedades contundentes. En el mundo de Oracle, hemos conseguido un programa muy valioso para ofrecer OCI AI en la nube”.

“Continuaremos expandiendo nuestra oferta con marcas de alto valor para el canal”

Este año consolidamos nuestro posicionamiento en marcas con las que trabajamos históricamente —como TP-Link, Ubiquiti, HPE Aruba, Mikrotik, Lightera, Eaton, QNAP e Imou— logrando incrementos relevantes frente a ejercicios anteriores. Asimismo, obtuvimos un impulso estratégico gracias a la alianza con Huawei. Además, ampliamos nuestro equipo en áreas clave: Product Management, ventas y logística.

Durante los últimos meses observamos un crecimiento acelerado en la demanda de productos vinculados a la IA. productos vinculados a la IA. Por ello, uno de nuestros focos estratégicos para 2026 será el fortalecimiento de la unidad de informática, impulsando especialmente el portfolio de marcas como Seagate y Western Digital. Además, presentaremos las nuevas soluciones que estas y otras marcas están introduciendo en torno a IA, almacenamiento masivo y cómputo de alto rendimiento.

Estamos evaluando y desarrollando el proyecto de un nuevo centro logístico para 2026, con el objetivo de optimizar tiempos, mejorar la eficiencia operacional y acompañar nuestro crecimiento proyectado.

Nuestra plataforma de e-commerce continúa en evolución constante. Todo

“Nos enfocamos en ofrecer un portafolio amplio, disponibilidad continua de productos, opciones de financiación, soporte pre y posventa, y un acompañamiento técnico y comercial que permita a cada partner aumentar sus oportunidades de negocio y diferenciar su oferta”. Lucas Marengo, Business Development Manager de Masnet.

cliente que se registra en Masnet obtiene acceso inmediato para gestionar sus compras de forma autónoma y eficiente.
Complementariamente, ofrecemos un servidor FTP y la posibilidad de integración mediante API, permitiendo que los partners incorporen nuestro catálogo completo dentro de sus propios e-commerce y marketplaces.

Nuestra expectativa para 2026 es continuar expandiendo la estructura para brindar un soporte más especializado y un servicio de mayor valor agregado a nuestros partners.

IRION

“Estamos incorporando nuevas tecnologías para expandir nuestras entregas al interior del país”

Durante 2025 alcanzamos hitos clave que consolidaron nuestro crecimiento y fortalecieron la experiencia de nuestros partners. Entre los más destacados se encuentran la actualización integral de nuestra página web, con una navegación más ágil y orientada al canal, permitiendo una mejor consulta de productos y comunicación con nuestros clientes.

Además, inauguramos nuevas oficinas, donde contamos con un showroom para otorgarle a nuestros clientes una experiencia in-situ, y un nuevo centro de distribución, lo que nos permitió ampliar la capacidad operativa, optimizar procesos y mejorar los tiempos de entrega.

Asimismo, destaco la profesionalización del área de Marketing y del área Comercial, incorporando nuevas metodologías, procesos y herramientas que fortalecieron la gestión del negocio y la relación con el canal. La capacitación continua de nuestro equipo Comercial, con entrenamientos técnicos y de ventas que nos permiten ofrecer un asesoramiento más consultivo y especializado, también fue un punto clave.

Hoy en día, ampliamos nuestra logística en Buenos Aires, y estamos incorporando nuevas tecnologías al Sistema de Gestión Online para expandir nuestras entregas al

“Estamos evolucionando nuestra plataforma para que nuestros partners puedan operar de manera más ágil, integrada y eficiente. Entre las principales mejoras se destaca la implementación de APIs que permiten a nuestros clientes conectarse directamente con nuestra base de datos para consultar stock en tiempo real, agilizar sus procesos comerciales y evitar diferencias al momento de cotizar”. Leonel Bazilis, Gerente Comercial de IRION

interior del país a muy bajo costo y, en algunos casos, sin cargo para los resellers de estos territorios.

De cara a 2026, buscaremos ampliar la línea de productos de las marcas que representamos y tecnologías aplicadas al sistema de seguimiento vehicular y video vigilancia móvil.

Nuestro enfoque siempre fue, es y será el armar socios de negocio a largo plazo, con una vinculación más personalizada generando confianza y fidelidad en las ventas, así como sumando más profit para nuestros clientes.

“2025 fue un año lleno de desafíos, y esto es lo que nos impulsa a potenciar nuestra estrategia de canales en 2026, con un fuerte foco en capacitación y espacios de networking que impulsen la colaboración, acompañando a nuestros partners con oportunidades de negocio diseñadas para acelerar su crecimiento sostenible y fortaleciendo alianzas que amplíen cobertura y eleven la competitividad”. Claudio Monasterolo, Gerente Comercial de ISECOM

"Durante 2025, Gelin Group consolidó su posicionamiento como partner estratégico en soluciones de seguridad, conectividad y tecnología, fortaleciendo alianzas, y capacidades técnicas y logísticas. De cara a 2026, priorizaremos mantener nuestro desempeño y continuar creciendo en diferentes áreas con el fin de acercar mayores beneficios y grandes resultados a nuestros clientes”. Yohalys Idrogo, Gerente de Ventas de Gelin Group.

EPSON
CREA HASTA LOGRARLO.
NUEVA
ecotank Pro
Let's Create Together.

"Estamos cumpliendo 20 años en el mercado. Tuvimos un gran 2025 con un crecimiento –en conjunto a nuestros clientes integradores– sólido en video y control de acceso. Suprema nos entregó el premio al 'Partner of the year' a nivel global, reflejando nuestro compromiso como distribuidor. Seguiremos comprometidos con todas las marcas que representamos para tener un gran 2026." Andrés Schapira, Director en DRAMS Technology.

"Hemos adaptado nuestro sitio web para que los canales que deseen puedan conectarse a través de la API. 2026 será un año de promociones focalizadas, programas de incentivos, premios, sorteos, bonificaciones, para fomentar el movimiento de nuestro sitio web. También seguiremos, y cada vez más, focalizando con eventos junto a nuestros socios de negocios en distintas plazas del interior". Claudio Salatino, Gerente Comercial de Corcisa.

Omada by tp-link | VIGI by tp-link

Seguridad y conectividad **a la altura de tu negocio**

Gestión centralizada para redes y seguridad | Fácil instalación y mantenimiento | Resolución de problemas y monitoreo remotos | Portfolio completo y solución versátil

TP-Link S.R.L.

ventas.ar@tp-link.com; corp.ar@tp-link.com | @tplink_arg | TP-Link Argentina | www.tp-link.com/ar

“El gran desafío de todos los fabricantes de memoria es mantener sus contratos al mejor nivel posible”

Jean-Pierre Cecillon, Director Regional Spanish South America en Kingston, analiza un 2025 marcado por la fuerte demanda impulsada por Windows 11 y la curiosidad por la AI PC. Un primer semestre explosivo en Argentina y el quiebre de stock en septiembre que reconfiguró el negocio y dictará la estrategia para 2026, un año donde el allocation de producto será la norma, llevando al canal a priorizar la compra inmediata y a ajustar la gestión del costo de reposición para garantizar la supervivencia del negocio.

Jean-Pierre Cecillon, actual Director Regional Spanish South America en Kingston, es una figura ineludible en el ecosistema de la memoria y el almacenamiento en Latinoamérica. Su trayectoria es casi un sinónimo de la expansión de la marca en la región: con 25 años en la compañía (cumplirá 26 en enero de 2026), Cecillon comenzó como Country Manager para Argentina, Chile y Uruguay. Tras sortear, y capitalizar, la crisis del 2002 en Argentina para expandirse a Perú y luego dirigir la operación en Brasil y el Cono Sur, hoy tiene a cargo toda Sudamérica Hispana. Su visión, forjada en la complejidad de los mercados regionales, es crucial para entender el torbellino que significó 2025 para el canal IT.

Un 2025 con dos motores de demanda y el "niño difícil"

El año que termina se caracterizó por una demanda robusta, impulsada por dos factores clave. Cecillon lo

JEAN-PIERRE CECILLON, REGIONAL DIRECTOR SPANISH SOUTH AMERICA EN KINGSTON.
"Para evitar la especulación, hoy el 95% de nuestra producción está en allocation para proteger el inventario de manera global."

resume así: “Sin duda vemos la renovación forzada con Windows 11. La baja del soporte a Windows 10 aceleró la renovación de equipos. Ese fue un factor clave. Y obviamente, cuál es la PC para la IA que se viene. Yo creo que no ha habido una respuesta muy clara, pero sí una curiosidad y un deseo de comprar máquinas que estuvieran adaptadas para los próximos 2, 3 años a estructuras de software, mucho más pesadas y demandas de procesamiento mucho más potentes”, sostuvo.

A estos motores se sumó un tercero para Kingston: la excelente aceptación de su línea de SSDs externos, especialmente los modelos **XS1000** y **XS2000**, que el ejecutivo califica como "casi estrella" del año en crecimiento.

En cuanto al rendimiento por país, Argentina mantuvo su histórico rol de "niño difícil de la clase", aunque con un desempeño con altibajos muy marcados. “Argentina va a terminar en una nota muy alta, probablemente el país con la mejor ejecución presupuestaria en cuanto a crecimiento dentro del forecast, pero con una división muy clara entre lo que es el negocio hasta junio-julio y después de julio en adelante”, expresó Cecillon.

“El primer semestre de 2025 fue muy superior, incluso con objetivos de 70% u 80% de crecimiento, dependiendo del mes. En el segundo semestre ya partimos de una base de comparación más real... y ahí empezamos a encontrar alguna dificultad, con algunos sectores un poco más retraídos, con una venta

PCs que no va al ritmo que le gustaría a los mayoristas, y eso, obviamente, impacta nuestro negocio", detalló.

Escasez y subida de precios

Si un evento marcó un quiebre en el año para el canal IT, fue la crisis de precios y abastecimiento de memorias y el almacenamiento (RAM y NAND) a nivel global, debido a una combinación explosiva de factores, con la demanda de Inteligencia Artificial (IA) como el principal catalizador. Los hyperscalers, como Azure, Meta y OpenAI, están absorbiendo cantidades masivas de chips para construir y alimentar sus centros de datos y modelos de IA, generando una presión sin precedentes sobre la oferta. Este fenómeno se agravó cuando los principales fabricantes de discos rígidos tradicionales (HDD) optaron por priorizar y vender gran parte de su producción, incluso la de 2026, a estos mismos hyperscalers para discos de altísima capacidad para servidores. Esta redirección forzosa de chips, se suma a los ciclos largos de fabricación de semiconductores (con mejoras en la oferta recién previstas para 2027 con nuevas fábricas).

"El SSD externo se transformó en un producto casi estrella en el año, a pesar de un precio errático que fue subiendo".

Para el ejecutivo, aunque la película venía proyectándose, el momento crítico fue la primavera. "En el mes de

septiembre hay un vuelco un poco más duro en las condiciones de oferta de chips. A partir de ahí nuestro mensaje cambió, y pasó a ser, básicamente, compren, no duden; tanto para los mayoristas como para los canales", afirmó.

Este escenario de menor oferta y subida de precios genera un dilema para los players del canal: "Hoy por hoy, el aumento muchas veces supera el margen que ponés en tu producto. Entonces, tenés que estar atento al costo de reposición, oorque el capital que vas a lograr con tu margen no va a permitir reponer producto", advirtió.

Frente a la restricción global, Kingston implementó un sistema de allocation, limitando la venta en función de valores históricos para proteger a los canales más pequeños y menos especulativos, asegurando que el producto, aunque escaso, siga llegando.

"Eso defiende un poco el jugador que no tiene poder financiero o que no especula de manera inmediata sobre esos eventos. Básicamente, todo lo que tiene un chip que no sea DDR3 está en allocation hoy para proteger el inventario de manera global. Y eso es un poco lo que nos permite seguir entregando cuando otras marcas ya no entregan", explicó el Regional Director Spanish South America en Kingston.

El negocio del canal en 2026

De cara al próximo año, la estrategia de Kingston y el desafío para el canal se centran en la gestión de la escasez y los costos crecientes. La clave será asegurar la cadena de suministro.

“El gran desafío de todos los fabricantes de memoria, no solamente Kingston, es mantener sus contratos al mejor nivel posible. Kingston tiene una ventaja sobre muchos players que le compra básicamente a todos. Entonces, la jugada es ver quién va a mantener un abastecimiento para el canal”, comentó Jean-Pierre Cecillon. “Muy probablemente, seguiremos en un panorama de allocation todo el año de producto. A corto plazo, es probable que la situación empeore antes de mejorar, pero de una manera global somos positivos, porque el canal va a consumir el producto de memoria, no puede dejar de existir”, dijo en ese sentido.

Si bien el mercado corporativo tiene mayor capacidad de absorber los precios más altos, el segmento de consumo, el más importante para Kingston en términos de visibilidad y flexibilidad, no será abandonado, aseguró: “Para nosotros, el consumidor final siempre es clave”, señaló.

Con todo, 2026 será un año para la agilidad y previsión, donde la rentabilidad se medirá no solo en el margen de venta, sino en la capacidad de reponer el inventario a costos siempre crecientes.

"Históricamente, el mercado corporativo en estos escenarios sufre menos, porque tiene mayor capacidad de reacción que el usuario final".

FORTINET

“Convertirse en partner de Fortinet para Small Business habilita entrar a un mercado con demanda creciente”

Maria Soledad Manzione, Channel Account Manager en Fortinet, detalla por qué el segmento Small Business es el nuevo motor de la ciberseguridad para el canal argentino, qué beneficios inmediatos ofrece el programa Engage en la categoría Advocate a los nuevos socios y cómo la tecnología unificada de la marca garantiza un negocio rentable y recurrente.

El segmento pyme en Argentina se ha convertido en un blanco prioritario para los ciberdelincuentes y, al mismo tiempo, en un motor de negocio clave para los canales IT. Fortinet ha enfocado su estrategia en este nicho, proporcionando soluciones integradas y accesibles que permitan a los partners capitalizar esta demanda creciente. Maria Soledad Manzione, Channel Account Manager en la compañía, destaca que este mercado representa una oportunidad sin explotar y un camino claro hacia la recurrencia para los canales.

“El mercado de las pequeñas empresas está en pleno crecimiento, pero también es uno de los más vulnerables. Las pymes priorizan el

SOLEDAD MANZIONE, CHANNEL ACCOUNT MANAGER EN FORTINET.
“Los partners Advocate obtienen beneficios inmediatos, como promociones exclusivas y la certificación sin costo”.

crecimiento y el flujo de caja, pero una ciberseguridad débil puede poner en riesgo ambos objetivos. Son un blanco frecuente para los ciberdelincuentes y un ataque puede detener su operación y afectar directamente su continuidad", advirtió Manzione.

En las pymes, que en su mayoría no tienen una estrategia sólida de ciberseguridad, Manzione ve un camino abierto para el canal local: "Esto representa una oportunidad enorme para los canales: con capacitación y foco comercial, pueden posicionarse como asesores clave y abrir un negocio recurrente, rentable y de largo plazo. Buscamos partners con base de clientes de hasta 50 usuarios, y especialmente aquellos que cuenten con venta online o ecommerce", puntualizó.

Para que un partner pueda capitalizar estas oportunidades, Fortinet ofrece el programa Engage en la categoría Advocate, enfocado en aquellos socios que trabajan con pequeñas empresas.

"Los partners que se sumen a Fortinet en la categoría Advocate obtienen promociones exclusivas disponibles a través de nuestros mayoristas, amplia disponibilidad de stock en productos diseñados para este segmento y la certificación sin costo correspondiente a la categoría para comenzar

a generar ventas transaccionales", informó la entrevistada.

"Fortinet ofrece un ecosistema unificado basado en un mismo sistema operativo, lo que simplifica la implementación, reduce costos y asegura una postura de seguridad consistente. Para los partners de esta categoría significa soluciones fáciles de desplegar y escalar, alto retorno y rápida adopción por parte del cliente final", explicó.

En tal sentido, señaló que el proceso de onboarding está diseñado para ser ágil:"Nuestros mayoristas cuentan con stock local y ofrecen combos específicos para pymes, lo que permite crear soluciones completas y accesibles. Estos kits facilitan las primeras ventas y acortan el ciclo comercial", aseguró la ejecutiva.

Crecimiento y fidelización

La fidelización es un pilar del programa, garantizando que el partner que trabaja y desarrolla negocio obtenga mejores beneficios y márgenes. La estrategia es clara: ayudar al socio a crecer desde las soluciones más básicas.

"A medida que el partner avanza y desarrolla negocio, puede revisar su categoría de partner con la marca, acceder a nuevas certificaciones, y mayor soporte técnico y de marketing. Esto permite escalar desde soluciones

básicas hacia proyectos más complejos, generando un negocio rentable y recurrente", señaló la Channel Account Manager de Fortinet.

La visión de Fortinet para el próximo año es acelerar la adopción en el segmento Small Business mediante la expansión de su red de canales en Argentina, fortaleciendo el acompañamiento comercial.

"Hoy existen grandes oportunidades de negocio junto a Fortinet. Las pymes son cada vez más atacadas y necesitan soluciones simples, integradas y accesibles. Con nuestra tecnología —NGFW, switches y Wi-Fi seguro trabajando bajo una misma política de seguridad— los partners pueden ofrecer protección real, diferenciación y alto valor", aseguró Soledad Manzione. "Sumarse como partner en la categoría para pequeñas empresas permite entrar a un mercado con demanda creciente y con el respaldo de una marca líder en ciberseguridad", concluyó.

"Fortinet ofrece un ecosistema unificado basado en un mismo sistema operativo, lo que simplifica la implementación, reduce costos y asegura una postura de seguridad consistente".

“A medida que el partner avanza y desarrolla negocio, puede revisar su categoría con la marca, acceder a nuevas certificaciones, y mayor soporte técnico y de marketing. Esto permite escalar desde soluciones básicas hacia proyectos más complejos, generando un negocio rentable y recurrente".

Descargá **gratis** el Kit de Inicio Fortinet Partner

Incluye todo lo que necesitás para comenzar:

- **Mini-Ebook:** cómo vender ciberseguridad a pyme
- Calendario de **entrenamientos 2025**
- Sesión con un **especialista de Fortinet** 1:1 para conocer la oferta

EPSON

Epson impulsa el ahorro de papel como ventaja competitiva para el canal

Entrevistamos a Renato Polack, Product Manager Commercial Products Sales & Marketing de la marca, sobre la campaña Paper Saving, una propuesta que promete reducir hasta un 49% el consumo de insumos sin sacrificar legibilidad ni operatividad en los comercios.

Se estima que en 2025 las empresas de Latinoamérica gastarán más de 218 millones de dólares únicamente en papel para recibos. En tal sentido, Epson ha desplegado su estrategia de Paper Saving, una tecnología patentada incluida en sus impresoras de POS que permite reducir el uso de papel hasta en un 49%.

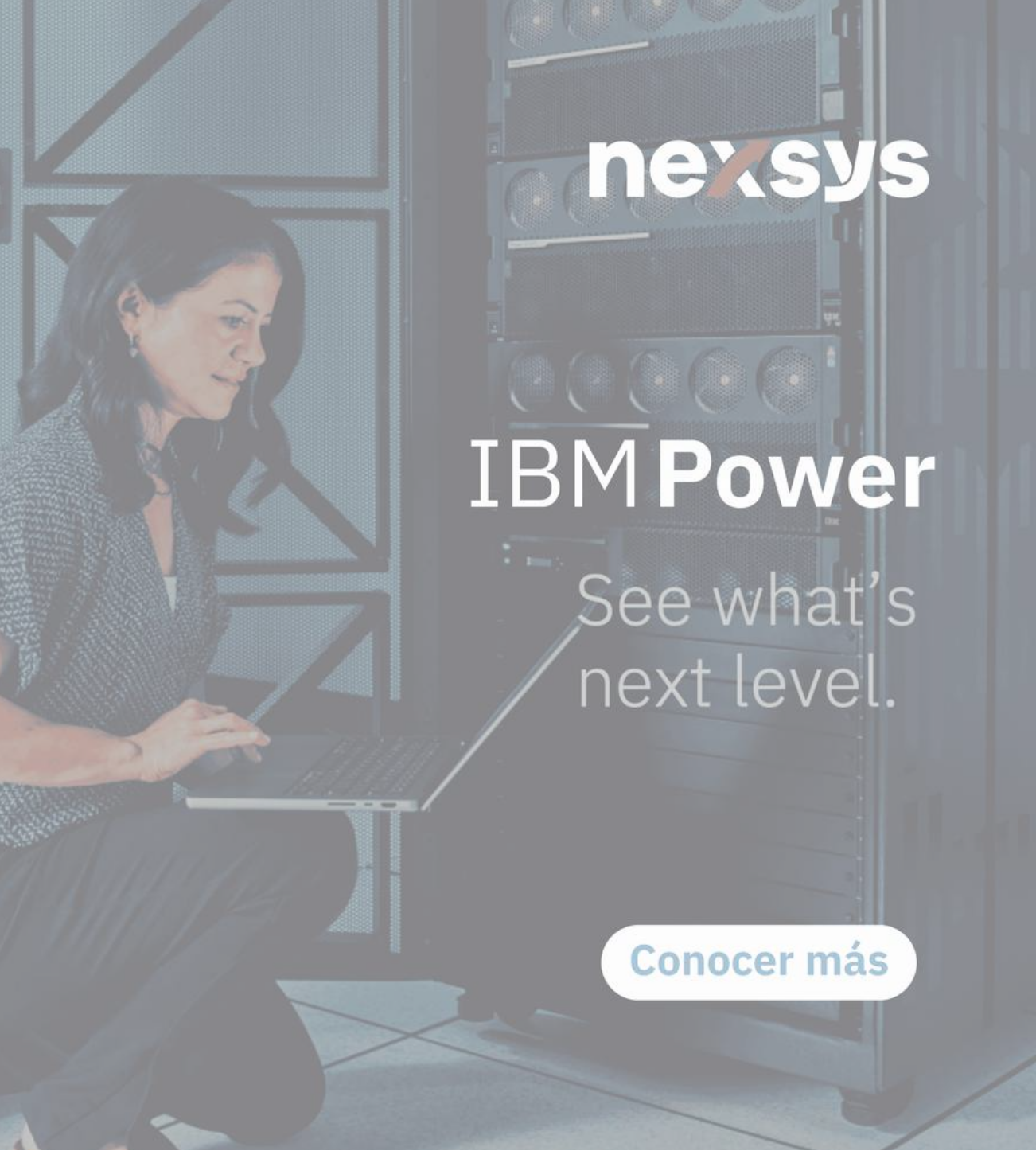
Sin embargo, la propuesta de valor para el canal IT no reside solo en el insumo, sino en la inteligencia aplicada a la impresión. "A diferencia de las soluciones que solo reducen el tamaño general del recibo, comprometiendo la legibilidad y la funcionalidad, la tecnología patentada de Epson aplica optimización inteligente en cada elemento del ticket: márgenes, espacios en blanco, altura de caracteres y códigos de barras. Esto garantiza claridad, cumplimiento normativo y códigos escaneables, sin afectar la experiencia del cliente ni la calidad de impresión", explicó Renato Polack, Product Manager Commercial Products Sales & Marketing de Epson.

Esta tecnología se integra sin fricciones en los ambientes de

"A diferencia de las soluciones que solo reducen el tamaño general del recibo, la tecnología patentada de Epson aplica optimización inteligente en cada elemento del ticket: márgenes, espacios en blanco, altura de caracteres y códigos de barras". Renato Polack, Product Manager Commercial Products Sales & Marketing de Epson.

software POS más comunes, activándose desde los ajustes de la impresora —como los modelos TM-T88VII o TM-M30III— sin requerir drivers adicionales ni complejidad técnica.

"El canal debe destacar que la reducción de papel no solo implica ahorro en insumos, sino también menos interrupciones operativas por cambio de rollos, lo que se traduce en mayor productividad y mejor experiencia del cliente", destacó Polack. "Para cuantificar el valor, se recomienda usar la herramienta interactiva de Epson, que permite calcular el ahorro potencial en papel y tiempo según el volumen de transacciones del negocio", concluyó.


nexsys
IBM Power
See what's
next level.
Conocer más

onetalk
Genera relaciones más significativas con tus clientes desde una bandeja unificada
Centraliza. Automatiza. Personaliza. Con OneTalk, cada conversación cuenta y se convierte en resultados.
Puébalo gratis ingresando a getonetalk.com

SitioSimple

Crear tu página web es tan rápido como leer esta publicidad

Hoy podés tener tu página web o tienda online ¡sin programar y en menos de una hora!

- Más de 200 plantillas pre-diseñadas
- 0% comisiones por venta
- Lista para celulares
- Optimizada para Google
- Múltiples opciones de pago y envíos
- En pesos argentinos

ESCANEÁ
Y EMPEZÁ GRATIS

DonWeb.com