



ENTREVISTA DE TAPA

"El principal desafío es cómo gestionar el cambio desarrollando nuevos enfoques y skills" Mariano De Luca, Country Head Digital Industries en Siemens



channel

NUEVOS EVENTOS IT

2026

Nuevos formatos. Nuevos mercados. Más oportunidades.

En 2026 evolucionamos de un solo evento a un ecosistema regional, ahora nuevos eventos diseñados por nicho para potenciar el negocio de cada marca y mayorista.

QUIERO SER SPONSORS

channeltalks

Evento insignia | Alcance masivo

SPONSORS IDEALES:

- Marcas de todo tipo, focalizado en producto.
- Foco en exhibición de productos, lanzamientos y demostraciones
- Ideal para: Lanzamientos | Awareness | Relacionamiento amplio



channelbiz

Negocios focalizados en soluciones de alto valor

SPONSORS IDEALES:

- Marcas de software, licenciamiento, cloud y servicios
- Soluciones complejas y venta consultiva
- Ideal para: Ventas especializadas | Leads calificados | Proyectos de valor



channelselect

Reuniones privadas con partners estratégicos, a pedido.

SPONSORS IDEALES:

- Todo tipo de marcas y mayoristas
- Foco en alianzas, proyectos y expansión comercial
- Ideal para: Alianzas | Proyectos grandes | Desarrollo regional



Sumario #258

Marzo 2026

8 | INFORME ESPECIAL

IA Profitability: Del algoritmo a la factura del cliente

>> INFORME

22 | DOING+: “El rol del ingeniero será agregar valor al trabajo de la máquina: ser creativo”

26 | Veeam: “Apostamos por el desarrollo integral de nuestros socios de canal”

30 | Red Hat: “Queremos que el canal pase de ser implementador a ser un consultor estratégico”

34 | Dell Technologies / AWS

>> NOTA DE TAPA

36 | Siemens: “El principal desafío es cómo gestionar el cambio desarrollando nuevos enfoques y skills”

>> PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

42 | Eaton fortalece su red de canales: Certificación, servicios conjuntos y la evolución hacia el negocio digital



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

IA: De la opción estratégica a la obligación de supervivencia

El mercado IT argentino ha cruzado el rubicón: 2026 no es el año de las pruebas, sino de la ejecución técnica. Con un gasto mundial en IA proyectado en 2,52 billones de dólares y un retorno de inversión de 3,70 dólares por cada dólar invertido, la Inteligencia Artificial dejó de ser un opcional para ser el núcleo de la infraestructura. La ventana para posicionarse es estrecha. En un escenario donde el 90% de los CEOs exige retornos medibles antes de fin de año, el cliente ya no busca un simple revendedor, sino un socio que domine la Soberanía de Datos y los sistemas multiagentes.

Para capitalizar esta demanda, el canal tiene la obligación de aprovechar los entrenamientos y certificaciones que marcas y mayoristas despliegan hoy. No se puede asesorar sobre la renovación de centros de datos o la llegada masiva de las AI PCs —que ya representan el 40% del mercado— sin dominar arquitecturas híbridas. Estas capacitaciones son el puente crítico para dejar de vender "fierros" y empezar a facturar consultoría de alto valor, transformando el ruido técnico en contratos de servicios gestionados con rentabilidad recurrente.

En conclusión, enfrentamos el ciclo de renovación tecnológica más agresivo de la década. El éxito en 2026 no dependerá del precio, sino de la capacidad de transformar la fuerza de ventas en consultores expertos. Los recursos de formación están sobre la mesa y los fabricantes están listos para respaldar al partner preparado. Ignorar esta formación es ceder terreno voluntariamente; el momento de convertir el algoritmo en factura es ahora o nunca.

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:



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

Tel.: +5411-4308-6642



kanji

KANJI, tecnología para la vida cotidiana



www.kanji.com.ar



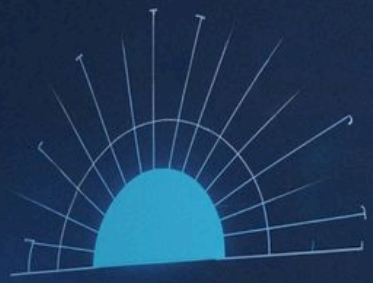
Informe Especial

IA PROFITABILITY: DEL ALGORITMO A LA FACTURA DEL CLIENTE

El mercado ha superado la etapa de la curiosidad; 2026 es el año de la ejecución. En este informe, analizamos cómo el canal IT está transformando el "ruido" de la Inteligencia Artificial en contratos de servicios gestionados, infraestructura local y consultoría de alto valor en Argentina y la región.

Z7 3128

Business Analytics



Carben pironi

05 Sifat 70mg 21/10/20

10/12/2020

Kepdang simpul



La Inteligencia Artificial (IA) ha dejado de ser una promesa de laboratorio para convertirse en el motor principal del gasto en Tecnologías de la Información. Según el reciente reporte de Gartner, el gasto mundial en IT alcanzará los 6,15 billones de dólares en 2026, un crecimiento del 10,8% impulsado fundamentalmente por la infraestructura de IA y modelos generativos, cuyo gasto escalará un 80,8% solo este año (Gartner, 2026).

Asimismo, según un reciente informe de la consultora IDC, el gasto mundial en TIC alcanzará los 4 billones de dólares en 2026, impulsado fundamentalmente por inversiones aceleradas en plataformas de IA (IDC, 2026).

En concreto, según el último reporte de Gartner (Gartner Says Worldwide AI Spending Will Total \$2.5 Trillion in 2026), el gasto mundial en Inteligencia Artificial alcanzará





Tu Socio Estratégico en Eventos IT

En **Mediaware** creamos y ejecutamos eventos corporativos para el mercado IT, alineados a tus **objetivos de comunicación y negocio.**

Nos ocupamos de la **coordinación integral**, cuidando cada detalle para garantizar resultados y una experiencia fluida para organizadores e invitados.

CONOCÉ
MÁS

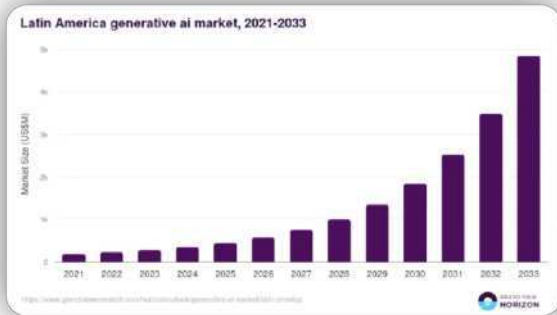
OBTENÉ RESULTADOS REALES

CONEXIÓN / INTERACCIÓN / RESULTADOS

A black and white photograph of a large crowd of people at an event, with a man in a suit speaking into a microphone on the right side.

¡CONTACTANOS AHORA!

los \$2.52 billones de dólares este año, lo que representa un aumento del 44% con respecto a 2025. Lo más interesante para el Canal es que la infraestructura de IA (servidores optimizados y almacenamiento) inyectará por sí sola \$401 mil millones de dólares al ecosistema. En efecto, el gasto en servidores optimizados para IA crecerá un 36.9% este año, ya que las empresas están dejando de alquilar capacidad básica en la nube para construir sus propias arquitecturas híbridas o privadas.



La era de la ejecución

En 2026, la fase de experimentación ha finalizado y las empresas exigen

resultados. El informe AI Index Report 2025 de la Universidad de Stanford (HAI) destaca una tendencia crítica para el Canal: aunque los costos de entrenamiento de los Frontier Models han escalado, la eficiencia en la inferencia y el despliegue está permitiendo que las empresas medianas finalmente adopten estas tecnologías a escala.

"El gasto en servidores para IA se acelerará un 36,9% en 2026, marcando el ciclo de renovación de infraestructura más agresivo de la década."

Gartner Worldwide Forecast

Esta madurez se refleja en la inversión privada. Según Stanford, a pesar de una fluctuación en la inversión global, sectores como la Gestión de Datos y Cloud recibieron flujos récord, lo que posiciona al Partner IT como el "curador" esencial de la infraestructura del cliente.



Incorporamos HP a nuestro portafolio tecnológico



Las computadoras y notebooks HP destacan por su **potencia, portabilidad y durabilidad.**



Ofrecen **diseño elegante, alto desempeño y herramientas de productividad** para el hogar, educación y empresas.



Con **procesadores versátiles, seguridad avanzada y excelente autonomía**, HP se adapta a todo tipo de usuarios y estilos de trabajo.

Más información:

hp.ar@nexsysla.com

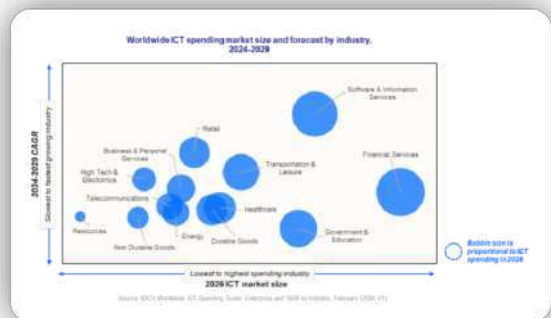
Un estudio de Radixweb y Google ([Artificial Intelligence Statistics & Data \(Updated for 2026\)](#)) revela que las empresas están obteniendo un retorno promedio de \$3.70 dólares por cada \$1 dólar invertido en IA Generativa. Esto ha cambiado la conversación del Canal con el CFO: ya no se vende "innovación", se vende "ahorro operativo y eficiencia". En tal sentido, los servicios financieros lideran con un ROI de 4.2x, seguidos por medios y telecomunicaciones con 3.9x.

"Argentina lidera la demanda regional de Soberanía de Datos; el cliente local ya no solo quiere IA, quiere saber exactamente dónde residen sus algoritmos." IDC Latin America

Boston Consulting Group (BCG) revela en su informe [AI Radar 2026](#) que las compañías planean duplicar su inversión en IA este año, con un 90% de los CEOs convencidos de que

los agentes de IA generarán retornos medibles antes de diciembre.

Deloitte en su informe "[State of AI in the Enterprise 2026](#)" destaca que el número de empresas con más del 40% de sus proyectos de IA en producción se duplicará este año. Esto genera una demanda masiva de servicios de consultoría, ya que el 67% de los líderes empresariales está aumentando su presupuesto de IA año tras año.



Proyecciones en América Latina

Aunque el contexto global marca el ritmo, América Latina acelera su propia curva.



Commercial Sales Rep



Oportunidades Ilimitadas para comercializar su producto en toda la Argentina



¿Su empresa está lista para consolidar su presencia en el mercado argentino?

En **GO-ON**, nos especializamos en transformar productos en líderes de categoría a través de una representación comercial de alto impacto.

¿Por qué elegir a GO-ON como su socio estratégico?

Venta Directa
Estratégica

Cobranza
Personalizada

Capilaridad
Nacional

CONTACTATE CON NOSOTROS

Grand View Research proyecta un crecimiento anual del 35,6% para la IA Generativa en la región hasta 2033.

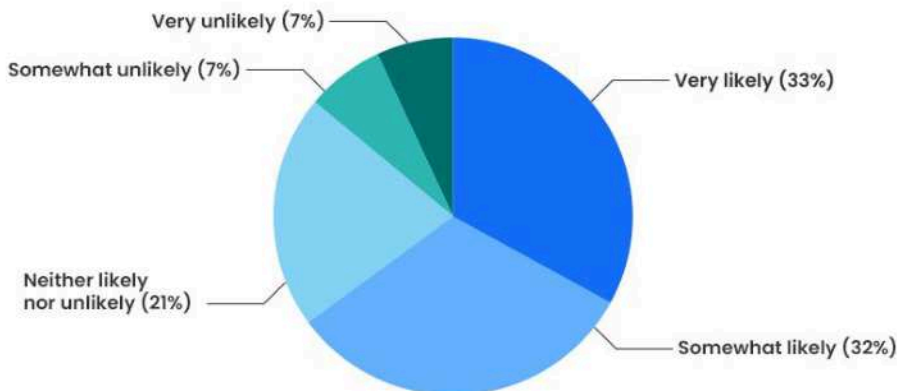
Argentina, en particular, utiliza la IA como una herramienta de supervivencia y competitividad exportadora.

Este despliegue no solo ocurre en los centros de datos. 2026

es el año de la AI PC. Según Canalys, para finales de este año, los envíos de PCs con capacidad de IA superarán los 100 millones de unidades, representando el 40% del mercado total . Para el partner de volumen, esto representa el ciclo de renovación de parque tecnológico más importante de la última década.



How likely are you to trust a business that uses artificial intelligence?



www.radixweb.com

[Ver galería](#)



enretail

Noticias del sector retail



www.enretail.com



Inversión y soberanía de datos

El mercado local está demandando soluciones de IA Soberana (Sovereign AI), donde el procesamiento ocurre en infraestructura propia para cumplir con regulaciones de privacidad que, según IDC, aumentarán el tiempo de implementación en un 10% para multinacionales este año ([IDC FutureScape, 2024-2026](#)).

"El 2026 es el año de la IA PC: para finales de este año, el 40% de las computadoras vendidas en el mundo tendrán capacidades de IA nativa." Canals Research

La renovación del parque tecnológico es la "fruta madura" para el canal en 2026. La demanda de cómputo ha disparado la construcción de centros de datos y la necesidad

de hardware especializado. Deloitte proyecta que el mercado global de chips de IA rozará los 500.000 millones de dólares este año ([Deloitte, 2026](#)).

En este escenario, las oportunidades críticas para el partner se dividen en tres frentes:

Servidores de IA: Renovación total del parque para soportar cargas de trabajo locales.

Multiagent Systems (MAS): El 2026 es el año de los agentes que automatizan flujos complejos, una oportunidad masiva para el área de desarrollo ([Gartner Top Trends, 2026](#)).

Ciberseguridad: Con el 70% de los proveedores integrando seguridad de IA, el canal debe ser el garante de que los datos no sufran alucinaciones ni fugas ([IDC, 2026](#)).



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](https://www.instagram.com/tplink_arg)

🌐 [TP-Link Argentina](https://www.linkedin.com/company/tp-link-argentina)

🌐 www.tp-link.com/ar

El fin de la reventa, el inicio de la arquitectura

La Inteligencia Artificial ha dejado de ser un "componente" para transformarse en el sistema nervioso de la empresa moderna. Para el Partner IT, 2026 marca el fin del modelo de reventa de licencias basado en volumen. La oportunidad de oro hoy reside en la capacidad de orquestar servicios de consultoría, limpieza de datos y despliegue de modelos personalizados que multiplican exponencialmente el valor de cada factura.

La rentabilidad se ha desplazado hacia el conocimiento técnico y la arquitectura estratégica. Aquellos canales que logren dominar la implementación de agentes autónomos y garanticen la soberanía de los datos locales serán quienes lideren una economía que ya no comprende la productividad sin un algoritmo que la respalde. En este nuevo escenario, el margen ya no se defiende en el precio del componente, sino en la capacidad de transformar una simple línea de código en un motor de rentabilidad recurrente para el cliente final.



"La verdadera rentabilidad del canal hoy no está en la licencia, sino en ser el arquitecto que prepara los datos para que el algoritmo funcione." Stanford HAI Index Analysis



NOTICIAS DEL SECTOR IT EN LATINOAMÉRICA




ITWARE
LATAM.COM





- INFORMACION ACTUALIZADA PARA CIOs
- ENTREVISTAS EXCLUSIVAS.
- COBERTURA INTERNACIONAL DE EVENTOS





Manténgase informado suscribiendo a nuestros newsletter

 @ITwareLatam

 @ITwareLatam

 ITware Latam

 ITware Latam

 ITware Latam





“El rol del ingeniero será agregar valor al trabajo de la máquina: ser creativo”

Joaquín Dahl, CEO y Fundador de DOING+, analiza el impacto de la IA en la industria nacional y destaca cómo la integración de tecnología y talento humano abre nuevas oportunidades de negocio para el canal IT.

En el actual escenario de transformación digital, la Inteligencia Artificial (IA) dejó de ser una promesa futurista para convertirse en el motor de la eficiencia operativa. Para los partners y canales IT de Argentina, el desafío reside en entender cómo integrar estas soluciones en entornos productivos reales. Joaquín Dahl, CEO y Fundador de DOING+, compañía referente en manufactura aditiva y robótica, sostiene que la clave no está solo en el código,

sino en la capacidad humana de dirigirlo.

“Hoy la IA nos permite el procesamiento de grandes bases de datos para validaciones, simulaciones virtuales y el desarrollo de gemelos digitales (Digital Twin)”, explicó Dahl. Según el directivo, esto permite anticiparse a fallas críticas: “A partir de datos fieles y curados, generás mayor conocimiento. Por ejemplo, las simulaciones de trayectorias



JOAQUÍN DAHL,
CEO Y FUNDADOR
EN DOING+



"Para el canal, el negocio hoy es integrar: puede conectar una plegadora de los años 80 con un robot de última generación y analítica de IA, aumentando la productividad del cliente sin que tenga que reemplazar todo su capital."

de robot permiten que no haya riesgo de colisiones, dándote una perspectiva clara de si requerís refuerzos estructurales antes de fabricar”.

El valor del partner en la era de la IA

Para el canal, el negocio no solo está en la venta de hardware, sino en la consultoría para modernizar parques industriales existentes. Dahl enfatiza que la IA es una herramienta de "reinención" más que de reemplazo: “En Argentina encontrás máquinas que se amortizan de por vida. Hemos integrado soldadoras de 1995 con robots de 2020 en sistemas donde la tecnología de antaño convive con la automatización.

El canal tiene ahí una oportunidad: aumentar la capacidad productiva con el mismo OPEX. No se reemplaza, se reinventa”, destacó.



"La IA nos saca la tarea repetitiva; nuestra propuesta de valor es darle foco a las cosas inorgánicas: la empatía, la cercanía y la creatividad."

Respecto al temor por el desplazamiento laboral, el CEO de DOING+ es tajante: “Las decisiones las tomamos las personas.



Nosotros decidimos qué hacer y entrenamos el 'qué hacer'. La IA va a transformar la escala Junior, pero lo que sumará mucho valor es el perfil Senior que tiene mayor razonamiento. Los problemas serán cada vez más humanos y la diferencia para resolverlos será el talento humano”, sostuvo.

DOING+ también apuesta a la formación técnica para cerrar la brecha de habilidades. “Usamos un modelo híbrido con APIs de IA para generar contenido multimedia propio. El foco es que las máquinas trabajen para nosotros; nosotros lideramos el cambio porque tenemos la 'parte blanda' que no tienen ellas: la empatía y el pensamiento horizontal”, señaló Dahl.

Finalmente, el ejecutivo destacó la competitividad del ecosistema local: “Argentina es un país creativo, por algo tenemos tantos unicornios. El argentino se reinventa y eso nos da la oportunidad de insertarnos en muchos mercados. El desafío de las empresas hoy es entender dónde está la propuesta de valor y estar listo para transformarse, porque eso puede cambiar en dos minutos”.



"Hoy una pyme puede tener una fábrica totalmente automatizada con pocos dólares; la tecnología se ha vuelto masiva e inclusiva."





“Apostamos por el desarrollo integral de nuestros socios de canal”

Andrés de Beitia, Sr. Inside Sales Director Latam de Veeam, analiza cómo la protección y gestión de datos se han vuelto los cimientos indispensables para cualquier proyecto de Inteligencia Artificial. Con el lanzamiento de Agent Commander y una fuerte apuesta por la capacitación, la compañía busca dotar a sus socios de canal de las herramientas necesarias para liderar la gobernanza de datos y la resiliencia cibernética en la región.

De acuerdo con lo expresado por Andrés de Beitia, uno de los pilares fundamentales en Veeam es asegurar que los datos –que son la base de cualquier iniciativa de IA–, estén completamente protegidos, gestionados y sean confiables. “Esto permite que los socios del canal puedan crear y ofrecer soluciones basadas en IA con

la seguridad de que los datos de sus clientes están bien resguardados, cumpliendo con normativas y minimizando riesgos”, destacó.

Además, señaló que Veeam ofrece soluciones que “ayudan tanto a los partners como a sus clientes a mover datos de forma segura,



ANDRÉS DE BEITIA,
SR INSIDE SALES
DIRECTOR LATAM
DE VEEAM



“En 2026 veremos que la adopción de IA dependerá cada vez más de la confianza en los datos. Las organizaciones priorizarán resiliencia, seguridad y gobernanza como base para escalar la inteligencia artificial y convertirla en valor real de negocio.”

gestionar los riesgos de ciberseguridad y acelerar la adopción segura de la inteligencia artificial”. Estas capacidades incluyen la resiliencia cibernética, el cumplimiento normativo y la movilidad segura de datos, aspectos clave para el éxito de proyectos de IA.

“Como parte de esta visión, continuamos fortaleciendo el ecosistema y capacidades; un gran ejemplo es que recientemente presentamos Agent Commander, nuestra solución unificada más innovadora, diseñada para que las organizaciones puedan detectar, proteger y revertir errores asociados a la inteligencia artificial a escala empresarial. Gracias a la integración de la tecnología de Securiti AI,

ahora ofrecemos una visibilidad y control excepcionales sobre los entornos de datos e IA”, destacó el ejecutivo.



“Recientemente presentamos Agent Commander, nuestra solución unificada más innovadora, diseñada para que las organizaciones puedan detectar, proteger y revertir errores asociados a la inteligencia artificial a escala empresarial”.

De Beitia aseguró que, para los partners de la compañía, esto representa una oportunidad única de expandir su portafolio y diferenciarse en el mercado,



ya que con Agent Commander pueden ayudar a sus clientes a identificar riesgos, proteger sistemas y revertir rápidamente cualquier impacto no deseado causado por agentes de inteligencia artificial.

“Esta innovación no solo refuerza nuestro compromiso con la seguridad y la gobernanza de la IA, sino que también permite a nuestros socios ofrecer servicios de alto valor agregado en torno a la protección y gestión de datos inteligentes, abriendo nuevas vías de negocio y fortaleciendo las relaciones de confianza con sus clientes en un entorno tecnológico cada vez más desafiante”, enfatizó.

Finalmente, hizo hincapié en que en Veeam apuestan por

el desarrollo integral de sus socios de canal, invirtiendo en su capacitación, brindándoles soporte especializado y poniendo a su disposición recursos educativos y materiales de marketing de vanguardia.



“Promovemos oportunidades de colaboración conjunta en iniciativas de innovación. Gracias a este sólido respaldo, nuestros partners pueden adentrarse con confianza en el mercado de servicios basados en IA y ofrecer a sus clientes propuestas de alto valor”.





Red Hat

“Queremos que el canal pase de ser implementador a ser un consultor estratégico”


Luciano Prieto, Director del Ecosistema de Canales de Red Hat para el Sur de Latinoamérica, analiza cómo la compañía impulsa la rentabilidad de sus socios mediante la co-creación y la especialización en IA.

El 2026 ha marcado un punto de inflexión definitivo: la Inteligencia Artificial ya no es una promesa técnica, sino una urgencia operativa. En este escenario, la rentabilidad del canal IT en Argentina depende de su capacidad para trascender la venta de licencias y adentrarse en la arquitectura de soluciones complejas.

Para Luciano Prieto, Director del Ecosistema de Canales de

Red Hat para el Sur de Latinoamérica, la clave reside en una evolución profunda del rol de los partners: "Nuestra propuesta se basa en una evolución integral del ecosistema, con foco en habilitación, especialización y rentabilidad", explicó. Para el ejecutivo, el mercado actual exige que los socios de negocios den un salto cualitativo: "Estamos impulsando un cambio de rol en nuestros socios: que pasen



A portrait of Luciano Prieto, a middle-aged man with short, graying hair, smiling warmly. He is wearing a dark blue button-down shirt. The background is light gray with faint, repeating logos of a fedora hat. On the left side, there is a large, curved red shape.

LUCIANO PRIETO,
DIRECTOR DEL
ECOSISTEMA DE
CANALES DE RED HAT
PARA EL SUR DE
LATINOAMÉRICA.



“Nuestra estrategia para 2026 apuesta a un ecosistema de partners más autónomo, especializado y protagonista: con mayor libertad para elegir, crecer y co-crear junto a Red Hat. Seguimos evolucionando el modelo para potenciar su impacto y acompañarlos a liderar la transformación de las organizaciones con IA”.

de ser implementadores a consultores estratégicos, capaces de acompañar a los clientes en la identificación y generación de valor a través de la IA", informó.



“Estamos impulsando un cambio de rol en sus socios: que pasen de ser implementadores a consultores estratégicos, capaces de acompañar a los clientes en la identificación y generación de valor a través de la inteligencia artificial”.

Co-Creación y modularidad

Para sustentar esta transformación, Red Hat ha rediseñado su programa de partners bajo un esquema modular que se adapta a las diversas capacidades del ecosistema. Más allá de la reventa y distribución tradicional, emerge el módulo de Co-Creación. Este pilar incentiva el desarrollo conjunto de soluciones en áreas críticas como la nube híbrida, la automatización y, fundamentalmente, la IA. Prieto destacó que este enfoque no es solo técnico, sino comercialmente robusto: "Estamos ampliando los esquemas de descuentos y registro de oportunidades,



incluyendo modelos OEM y nube, lo que mejora la protección comercial", dijo al respecto.

La estrategia está centrada en capacitación y certificación técnica, con un fuerte foco en tecnologías clave como OpenShift, Ansible Automation Platform y OpenShift AI, para que los partners puedan diseñarlas, escalarlas y operarlas de manera autónoma.

Uno de los mayores desafíos para el canal es convertir el algoritmo en factura. Red Hat aborda esto integrando incentivos específicos para IA dentro de una estrategia que prioriza la previsibilidad y rentabilidad.

Con mejoras en el portal de socios y herramientas que brindan mayor autonomía, la marca busca que el canal argentino no solo venda IA, sino que la gestione como una ventaja competitiva de largo plazo.



“Con esta propuesta buscamos reducir barreras de entrada, acelerar la generación de demanda y garantizar un crecimiento sostenible, posicionando al canal como un actor clave en la adopción de inteligencia artificial en el mercado”.





DELLTechnologies

“Sumarse al negocio de la IA comienza con la construcción de una base sólida de gobernanza de datos y alfabetización digital. Ayudamos a simplificar este camino a través de la Dell AI Factory, una solución integral que combina computación, gestión segura de datos y servicios expertos para convertir ideas audaces en un impacto real. Estamos dando pasos firmes con diversas implementaciones en Argentina tanto en sector privado como público”. Freddy Saavedra, Director Senior de Soluciones para Data Center de Dell Technologies.

“La IA dejó de ser un proyecto IT para ser prioridad del CEO y su comité ejecutivo. El éxito no es solo invertir, sino redefinir el modelo de negocio con IA agéntica. En Argentina y la región, quienes lideran esta transformación no son quienes más gastan, sino quienes la integran en sus procesos para generar impacto real y una cultura preparada para escalar”. Juan Ignacio Filips, Country Manager en AWS para Argentina, Paraguay y Uruguay



aws



EL FUTURO DE TU EMPRESA EMPIEZA HOY



DIGITALIZÁ, ESCALÁ Y AVANZÁ CON ARAI

Chromebooks con tecnología
Google para trabajar con más
seguridad y menor costo.

QUIERO RECIBIR MÁS INFORMACIÓN

"El principal desafío es cómo gestionar el cambio desarrollando nuevos enfoques y skills"

Mariano De Luca, Country Head de Digital Industries para Siemens Argentina, Uruguay y Paraguay, analiza la profunda transformación que atraviesa el sector industrial. En una charla exclusiva, el ejecutivo detalló la hoja de ruta de la compañía para la región, el despliegue de soluciones de Inteligencia Artificial como el Industrial Copilot y el papel crítico de los partners en la co-creación de un ecosistema digital que hoy demanda aprender y desaprender procesos históricos.

Con más de dos décadas de trayectoria en el sector, Mariano De Luca ha transitado un camino que describe como "desde pasante hasta hoy". Esa perspectiva de 25 años en el mercado industrial le permite entender que el momento actual no es una simple evolución técnica, sino un cambio de paradigma profundo. En su rol como líder de la unidad de Digital Industries para Argentina,

Uruguay y Paraguay de Siemens, tiene la misión de capitanear una transformación que, según sus propias palabras, es tanto organizacional como personal.

El factor humano en la industria 4.0

Para el ejecutivo, la tecnología es el vehículo, pero la mentalidad es el motor. Al ser consultado sobre la esencia de



MARIANO DE LUCA,
COUNTRY HEAD DIGITAL
INDUSTRIES EN SIEMENS
ARGENTINA, URUGUAY,
PARAGUAY EN SIEMENS



“El mensaje para los líderes y partners es que tengan la voluntad de mirar estratégicamente hacia el futuro. El desafío es desarrollar los skills de sus equipos para co-crear con los clientes. En Siemens queremos hacerlo juntos, como lo venimos haciendo hace más de 100 años, ahora con este entorno tecnológico tan innovador”.

su posición, De Luca fue directo al señalar que su labor principal excede la mera venta de soluciones.

"Hoy somos testigos de un cambio que tiene que ver con la digitalización. Implica un cambio no solo de los clientes, sino de la organización y su cultura, de la gente y de uno mismo; cosas que hay que aprender y desaprender", afirmó con convicción, subrayando que la adaptabilidad es la moneda de mayor valor en la actualidad.

Este proceso de "desaprender" conceptos arraigados durante décadas de automatización tradicional representa un problema complejo para la industria regional. En este sentido, el ejecutivo explicó que el éxito no depende solo de la implementación de software, sino de la evolución

de las capacidades internas. "El principal desafío es cómo gestionar ese cambio desarrollando nuevos enfoques, nuevos skills y nuevos equipos (o los mismos con nuevos enfoques), manteniendo una base de resultados que demanda cualquier compañía. Esa transición es el desafío local y global", sostuvo, posicionando la gestión del talento como la prioridad número uno.

"Vamos a trabajar en la región con tecnologías como el Industrial Copilot y la integración de Siemens Xcelerator con el Omniverse de NVIDIA".

Un ecosistema de partners basado en la co-creación

En el modelo de negocios de Siemens, el canal no es un simple intermediario, sino un



brazo ejecutor de innovación. Sin embargo, el perfil del partner está mutando. De Luca observa una convergencia necesaria entre aquellos que vienen del mundo del hardware y los nuevos actores del sector IT. "Buscamos partners con voluntad de mirar hacia el futuro y decisión de capacitar a sus equipos. Queremos que acompañen a los clientes en la co-creación de manera virtuosa", comentó, haciendo énfasis en que la era de la "oferta y demanda" simple ha quedado atrás para dar paso a soluciones diseñadas a medida entre cliente, proveedor y canal.

Para lograr esta sinergia, la compañía no escatima en recursos de formación, pero exige un compromiso recíproco. "Tenemos programas internos de capacitación, homologación y reconocimiento.

No requerimos algo diferente a lo que nos exigimos a nosotros mismos: queremos hacerlo junto con el partner", destacó. Según el ejecutivo, la robustez del portafolio de Siemens, que integra desde la electrificación hasta el software de diseño, es el mayor atractivo para un aliado que busque liderar en mercados verticales como Alimentos y Bebidas, Energía, Minería o Farma.

La llegada de la IA Industrial y los Gemelos Digitales

La entrevista también profundizó en las tecnologías que están marcando la agenda global y que ya tienen hoja de ruta en el Cono Sur. Siemens está integrando Inteligencia Artificial generativa directamente en su oferta, moviendo la aguja desde el mantenimiento correctivo hacia modelos predictivos avanzados.



"Vamos a trabajar en la región con tecnologías nuevas como el Industrial Copilot de Siemens (con Microsoft) y la integración de Siemens Xcelerator con el Omniverse de NVIDIA para gemelos digitales y visualización", anticipó, proyectando un escenario donde la realidad virtual y el análisis de datos masivos optimizarán la producción local.

Este despliegue tecnológico no es una promesa a futuro, sino una realidad que ya muestra casos de éxito en industrias como la de Oil & Gas y Minería en Argentina, o la logística portuaria en Uruguay y Paraguay. De Luca resaltó que el concepto de Digital Twin permite a las empresas iterar procesos en entornos virtuales antes de mover un solo tornillo en la planta física, lo que ahorra costos, tiempos y recursos de manera drástica.



"Mi desafío es gestionar la transición donde coexiste lo tradicional con lo nuevo; no es que mañana dejo de hacer lo de antes".

La transición como desafío personal

Finalmente, Mariano De Luca reflexionó sobre su propio rol en esta coyuntura histórica. Para él, liderar una región con realidades económicas diversas requiere una visión equilibrada que no descuide el negocio tradicional mientras se abraza lo disruptivo.



"Mi desafío radica en cómo llevar adelante la gestión de la transición del negocio y de las personas. La oportunidad es ahora", confesó el directivo, consciente de que el mercado no espera.

La clave del éxito en esta gestión, según De Luca, reside en entender que no se trata de un reemplazo total inmediato, sino de una convivencia estratégica. "Este cambio no es binario; no es que mañana dejo de hacer lo de antes. Hay que acompañar una transición donde coexiste lo tradicional con lo nuevo. Ese es mi mayor desafío: gestionar ese cambio junto con los clientes y el equipo, impulsando la innovación, apostando al aprendizaje basado en el upskilling y reskilling, teniendo la tecnología como el aliado del desarrollo de negocio, industria y del equipo técnico y profesional", concluyó.





Eaton fortalece su red de canales: Certificación, servicios conjuntos y la evolución hacia el negocio digital

Cristian Iglesias, Product Manager CPDI para Argentina y Mercosur de Eaton, explica cómo la compañía busca empoderar a sus partners ante el crecimiento de la demanda IT. En este marco, la firma inició el 2026 impulsando a sus distribuidores con la realización periódica de certificaciones y workshops sobre equipamiento específico, con el fin de mantener a los resellers actualizados sobre las novedades y prestaciones de todo el portfolio, abarcando desde los nuevos lanzamientos hasta las soluciones históricas de la marca.

En el dinámico escenario del mercado tecnológico argentino, la infraestructura crítica se ha vuelto el corazón de la transformación digital. Para Eaton, el 2026 representa un año de consolidación de una estrategia que se viene gestando con fuerza: la de no solo ser un proveedor de hardware, sino un socio estratégico que se adapta a la fisonomía de cada uno de sus canales.

Cristian Iglesias, Product Manager CPDI, Argentina & Mercosur, Electrical Sector de Eaton, detalló los pilares de un

programa de partners que prioriza la cercanía y el conocimiento técnico como diferenciales competitivos: “En el mercado local no son los canales los que se ajustan a un programa de Eaton, sino que Eaton se modela a la necesidad del negocio del canal. Cada partner tiene su propio formato y su propia impronta de acercamiento al mercado que lo hace bastante único de manera que pretender que se amolden a un formato de la marca muchas veces complejiza la relación más que consolidarla”, explicó.

CRISTIAN IGLESIAS,
PRODUCT MANAGER
CPDI, ARGENTINA &
MERCOSUR,
ELECTRICAL SECTOR,
DE EATON.



“Con el panorama de crecimiento de demanda de aplicaciones IT de potencia media a la vista, desde que Eaton migró a operar a través de canales se fortificó el programa de entrenamiento y certificación para puestas en servicio de manera de empoderar a los canales en su llegada al mercado y a nuevos proyectos”.

Capacitación técnica ante la demanda de potencia media

El avance imparable del Edge Computing y la Inteligencia Artificial está reconfigurando las necesidades de los centros de datos, exigiendo mayor potencia en espacios más reducidos. Eaton ha tomado nota de este cambio y ha comenzado el 2026 impulsando a sus distribuidores a la realización periódica de Certificaciones y Workshops sobre equipamiento específico. El objetivo es mantener al día a sus resellers sobre las novedades y prestaciones del portfolio, abarcando tanto los lanzamientos como las soluciones tradicionales.

Con el panorama de crecimiento de demanda de aplicaciones IT de potencia media a la vista, desde que la firma migró a operar 100% a través de canales, se fortificó el programa de entrenamiento y certificación para puestas en servicio.

“Tradicionalmente el programa de certificaciones abarcaba equipos monofásicos hasta 20kVA y trifásicos hasta 40kVA,

hoy esa frontera se ha ampliado hasta los 80kVA en las nuevas líneas de equipos lo que fue muy bien recibido en 2025 donde más de 200 participantes de 50 Reseller se certificaron técnicamente”, destacó Iglesias. Esta expansión permite que los canales no solo vendan el equipamiento, sino que ganen autonomía para instalar y poner en servicio los equipos, entregando un certificado respaldado por la marca que garantiza la satisfacción del usuario final.

“Desde 2024, Eaton opera exclusivamente a través de su red de distribuidores y resellers, trasladando más de 40 años de experiencia local para apuntalarlos en sus respectivos segmentos”.

Servicios conjuntos y protección del negocio

Uno de los cambios más disruptivos en la estrategia de Eaton para este año es la

apertura hacia los servicios de mantenimiento y reparación. Históricamente, y por una cuestión de calidad y garantía operativa global, la compañía no tercerizaba estas tareas ni vendía repuestos a terceros, concentrando todo en su propio personal técnico. Sin embargo, gracias a la profundidad alcanzada con las certificaciones, este paradigma ha comenzado a cambiar.

“Esto ha estado cambiando recientemente gracias a las certificaciones, donde Eaton ha ganado en proximidad con ciertos canales que además de vender equipamiento venden servicios multimarca de manera de emprender servicios conjuntos”, señaló el vocero. En este nuevo modelo, cuando un cliente del canal requiere servicio para equipos Eaton, el trabajo se desarrolla mediante un técnico del canal y uno de la marca, funcionando como un join venture puntual.

Para asegurar la rentabilidad de estos proyectos, Eaton pone a disposición de sus partners una herramienta online de

registro de oportunidades. Este registro puede realizarse tanto de forma directa con la marca como a través del distribuidor de confianza. Iglesias subraya que, más allá de la plataforma, lo fundamental es el contacto humano: “A Eaton no llega un simple formulario de registro, atrás o en paralelo siempre hay o hubo algún nivel de contacto directo anticipado. En los llamados ‘proyectos grandes’ siempre hay un diálogo previo que permite a Eaton evaluar y reconocer fácilmente el nivel de trabajo y llegada a la oportunidad que tiene el canal”, enfatizó.

“De la mano del proceso de certificación de canales para la puesta en marcha de equipamiento con el aval de la marca, se abre la puerta para unir fuerzas entre el partner e Eaton para afrontar tareas de servicio y mantenimiento preventivo”.

Finalmente, la estrategia de preventa para 2026 se apoya en el conocimiento consultivo.

La compañía continúa brindando soporte y entrenamiento específico a los Product Managers de los distribuidores, quienes actúan como el primer punto de contacto.

Para casos complejos, el equipo de Eaton interviene en la elaboración conjunta de la solución. “Aprender los unos de los otros y trabajar juntos es la fórmula del éxito y el crecimiento”, concluyó Iglesias.

La apuesta por el futuro digital con Brightlayer

Eaton está realizando una apuesta estratégica y sostenida en el desarrollo de soluciones digitales, al punto de convertirlas en uno de los pilares centrales de su crecimiento futuro. Sin embargo, uno de los principales desafíos actuales es que el mercado históricamente ha asociado a la compañía casi exclusivamente con soluciones de hardware.

“En este contexto, nuestro programa de canales se vuelve fundamental. A través de la cercanía con nuestros partners, podemos mostrarles cómo Eaton ha logrado trasladar más de 100 años de experiencia en diseño, fabricación de equipamiento eléctrico y provisión de servicios hacia Brightlayer, nuestra suite integral de soluciones digitales”, comentaron desde la compañía. “El objetivo es acompañarlos en la identificación de oportunidades y conectar a los distintos actores necesarios para implementar estas soluciones de manera exitosa. Esto permite que el canal tradicional no tenga que convertirse en especialista en software, pero sí pueda conservar el negocio, la relación con sus clientes y, además, generar nuevas líneas de ingresos recurrentes. Al igual que ocurre con servicios ya habituales —como el reemplazo de baterías—, el ecosistema digital abre la puerta a un modelo de negocio incremental y sostenible en el tiempo”, destacaron.

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

ENCENTRALAS EN

 Stylus

 AIR
COMPUTERS

 elit

 SUZANO
STENFAR

 free
Tecnología en movimiento

Servicio 360 **MARKETING Y VENTAS**

Especializado en Tecnología y Consumo



MEDIOS
DE
COMUNICACIÓN



DISEÑO
INTEGRAL



MARKETING
DIRECTO Y
SOLUCIONES DIGITALES

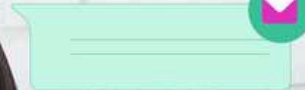
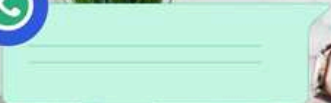


Desarrolle su **PLAN** con
NOSOTROS



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

ESCANEA
Y EMPEZÁ GRATIS



DonWeb.com