



**Fernando Gorbarán**  
Presidente y CEO

**MESSE FRANKFURT ARGENTINA**

**Empleados:** 40

1 ▶ Poder reactivar los eventos físicos. Estamos listos para volver, trabajamos en protocolos de higiene y seguridad junto con colegas, cámaras socias, proveedores y Gobierno. Nos dirigimos hacia un modelo de eventos híbridos. Las exposiciones son plataformas para que las industrias expandan sus negocios, clave para la reactivación.

2 ▶ La pandemia fue el mayor obstáculo. Tuvimos que postergar todos los eventos que teníamos previstos. Debemos sumar la inestabilidad económica, local y mundial. Fue un año muy duro, pero también nos enseñó mucho. Descubrimos una capacidad de resiliencia y adaptabilidad grande, trabajamos de manera colaborativa con otros actores de la industria, desarrollamos nuevos productos digitales y mejoramos los existentes.

3 ▶ Los programas de apoyo como los créditos blandos y los ATP nos ayudaron a mantener la estructura y los empleos. Ahora necesitamos un plan concreto para la vuelta. La reactivación de los eventos es esencial y la estabilidad de la macroeconomía es crucial.



**BANCOS**



**Guillermo A. Laje**  
Presidente

**BANCO CIUDAD**

**Empleados:** 3120

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 67.011,8 millones

1 ▶ Profundizaremos el acompañamiento a las pymes, comercios y emprendedores con financiamiento, productos y plataformas digitales. Seguiremos avanzando en la nueva cultura de trabajo, con la tecnología como aliada, y la calidad de vida de los colaboradores.

2 ▶ Ayudamos a las familias con créditos blandos, refinanciamientos y beneficios; y a las firmas para recomponer el capital de trabajo. Dispusimos más de \$ 40.000 millones en líneas promocionales. Trabajamos en la reconversión tecnológica y como firma para adaptarnos a las necesidades de clientes y empleados. La pandemia golpeó a la economía. El PBI se contrajo 19,1% interanual en 2do. trimestre. A pesar del buen resultado del canje de deuda y la liberalización de actividades, la incertidumbre en torno a la macro persiste.

3 ▶ Estabilizar la macroeconomía. Se requieren equilibrios que aporten previsibilidad y seguir trabajando en la agenda de digitalización de la banca.



**Francisco Cerviño**  
Gerente General

**BANCO COMAFI**

**Empleados:** 1503

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 26.500 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 700 millones

1 ▶ Somos cautelosos. El interrogante es cómo logramos salir del pozo de este año. 2021 nos va a encontrar apoyando a los clientes, en particular a las pymes, a remontar su actividad. Continuaremos invirtiendo en el desarrollo digital y eficiencia.

2 ▶ La cuarentena nos puso a prueba. Adaptamos procesos para cumplir con los cambios normativos para dar mejor servicio, pudiendo trabajar casi con normalidad desde el inicio del ASPO. Destaco el compromiso del equipo. El impacto de la cuarentena en la macro generó incertidumbre que impactó en las decisiones de consumo. Así y todo, casi duplicamos la cartera de préstamos a mipymes a tasa subsidiada, las refinanciaciones de tarjetas de crédito y los préstamos. Fue un año de pocos negocios comerciales, de acompañar a los clientes, de cuidar la caja y los depositantes.

3 ▶ Una amnistía tributaria para comercios y pymes contribuiría al blanqueo de la economía generando un círculo virtuoso que deviene en bancarización vía depósitos.



**Fabián Kon**  
CEO

**BANCO GALICIA**

**Empleados:** 5874

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 118.000 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 164.000 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 8000 millones

1 ▶ Seguiremos invirtiendo en el desarrollo de solu-

ciones que permitan mejorar la experiencia de los clientes y en Modo, plataforma de pagos que estamos desarrollando junto con los principales bancos del sistema.

2 ▶ A una economía con problemas se sumó la cuarentena. La restructuración de deuda soberana no fue suficiente para restablecer la confianza y quitar presión sobre el mercado de cambios. La crisis nos obligó a adaptar nuestro negocio a los cambios regulatorios, el modo de trabajar y de vincularnos con nuestros clientes. Superamos estos desafíos. Fuimos capaces de mantener buenos niveles de calidad de servicio, una saludable calidad de cartera, altos niveles de liquidez y solvencia y adecuada rentabilidad. Comenzamos a trabajar de modo remoto sin sentir el servicio.

3 ▶ Estabilizar las variables macroeconómicas y que haya reglas claras y estables, para que el sector privado se convierta en el motor del crecimiento. Es necesaria una política pública y nacional para la eliminación del efectivo en la economía.



**Manuel Herrera**  
Gerente General

**BANCO HIPOTECARIO**

**Empleados:** 1996

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 26.250 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 33.800 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 220 millones

1 ▶ Continuar avanzando en los proyectos de transformación digital. Apostamos a mantener nuestro liderazgo en el mercado local de capitales, en especial en

pesos, el cual se encuentra en desarrollo. Buscamos fomentar el desarrollo del crédito hipotecario.

2 ▶ La pandemia nos obligó a redefinir formas de trabajo. El banco se adaptó y pudimos tener casi a todo el personal trabajando a distancia. Dentro del contexto de incertidumbre económica, por la pandemia y la restructuración de la deuda, el banco termina un año positivo con un afianzamiento de la relación con sus clientes, un avance en el desarrollo de nuestras plataformas digitales como es "Compra tu hogar", donde los clientes del Procrear y del banco pueden acceder a préstamos para refacción o compra de vivienda online.

3 ▶ Confluir en un sendero de estabilidad en las cuentas públicas. La baja de la inflación, la política monetaria, marcos regulatorios estables y la sostenibilidad fiscal son drivers necesarios.



**Jorge Horacio Brito**  
Presidente

**BANCO MACRO**

**Empleados:** 8706

**Facturación (e.) al**

**30/06/20:** \$ 76.295,8 millones (ingresos financieros + ingresos por servicios)

1 ▶ El próximo será un año difícil. De esta pandemia, la economía saldrá como una V. Hay quienes dicen como una L, lo cual no comparto, y los que dicen como una K, que es algo parecido a una V. Posiblemente muchos sectores de V rebotarán y otros no. Es difícil pensar en si las personas regresarán a los shoppings. Las ventas por internet se han impuesto. Es una gran duda.

2 ▶ El miedo que tuvo la

sociedad hacia el Covid-19; no se concientizó a la gente a prevenirse, a tener barbijos, a mantener distancia para que todos puedan continuar con su vida normal. Creo en la conciencia social. Entiendo que las normas sociales impuestas generaron una rebelión en la sociedad que hizo que sigamos luchando contra esta enfermedad, con una economía parada. Siendo actividad esencial, mantuvimos abiertas las sucursales. El banco cumplió su función de atender a la gente manteniendo un excelente plan de salud.

5 ▶ La Argentina necesita una moneda porque, si no, estamos permanentemente con corridas hacia el dólar.



**José Luis Pardo**  
Presidente

**BANCO MARIVA**

**Empleados:** 183  
**Facturación 2020 (e.):** \$ 5400 millones.

1 ▶ Apuntamos a seguir creciendo en banca privada. Proyectamos incrementar la cartera comercial de banca de consumo y corporativa. Vamos a seguir brindando avales para ON pymes y cheques de pago diferido para financiarse en el mercado de capitales. Planeamos sumar nuevas formas de financiamiento.

2 ▶ Trabajamos para adecuarnos al home office y acelerar la implementación digital. La pandemia mejoró las variables económicas. Todos los sectores mostraron números en rojo, cayeron las exportaciones, el consumo y la inversión. Como positivo, aprendimos que se puede trabajar de otro modo y aceleramos

la digitalización. Estamos invirtiendo en tecnología, desarrollando sistemas que dinamicen nuestros procesos y simplifiquen las transacciones.

5 ▶ Reglas claras y rumbo preciso. Medidas que apunten a fomentar la exportación y las economías regionales. Si bien se tomaron medidas que favorecen la bancarización, el sistema financiero aún tiene mucho para crecer.



**Eduardo Hecker**  
Presidente

**BANCO NACIÓN**

**Empleados:** 17.491 (Arg.)

1 ▶ Optimizar los instrumentos de financiamiento con un eje puesto en la reactivación económica, mejorar las líneas de crédito para la producción, sobre todo, a pymes. Apuntamos a profundizar las herramientas financieras que permitan el acceso a productos de consumo masivo. Nos propusimos avanzar en la transformación tecnológica.

2 ▶ Encontramos un banco con problemas financieros y patrimoniales, y una cartera de clientes de mipymes disconforme. Lo más complejo fue el impacto en los activos que se generaron por los créditos a firmas casi insolventes, como Vicentín. Decidimos ir a un modelo de crédito a pymes, en especial para capital de trabajo. Entre abril y mayo otorgamos \$ 30.000 millones a mipymes. Asignamos nuevos cupos para las líneas de descuento de documentos. En Individuos, ampliamos la oferta de préstamos personales a tasa 0% e hicimos desembolsos por más de \$ 7300 millones. El banco

está sólido desde el punto de vista de liquidez.

5 ▶ La recuperación de la economía de modo sustentable, a partir de propuestas crediticias que posibiliten la expansión de la capacidad productiva de las pymes.



**João Carlos de Nobrega Pecego**  
Presidente

**BANCO PATAGONIA**

1 ▶ Continuar la transformación digital. El contexto reafirmó la necesidad de trabajar en profundidad la experiencia de cliente desde lo virtual. La creación de herramientas nos permite estar cada vez más cerca de nuestros clientes.

2 ▶ La pandemia fue un obstáculo para todos. De la crisis, surgen oportunidades. Aceleramos la transformación digital, desarrollando inclusión financiera. La crisis sanitaria global frenó las actividades productivas. Hubo que redirigir metas, proteger al cliente y darle nuevas herramientas. La crisis permitió crear nuevas relaciones y afianzar lazos.

3 ▶ Un país solo puede crecer trabajando en conjunto. Hay que permitir el intercambio de ideas y la puesta en marcha de políticas que incluyan al sector privado.



**Juan Cuattromo**  
Presidente

**BANCO PROVINCIA**

**Empleados:** 10.500

**Inversiones 2021 (p.):** \$ 6300 millones

1 ▶ Vamos a ampliar el programa Reactivación Pyme mediante el que llevamos asistidas más de 9000 firmas con \$ 50.000 millones en créditos; y buscaremos desarrollar nuevos productos para asistir a las familias. Para continuar la transformación digital que iniciamos con nuestra billetera virtual Cuenta DNI tenemos previsto invertir en tecnología para mejorar la experiencia.

2 ▶ La Argentina y la PBA venían atravesando una crisis económica. Los errores de gestión y la falta de respuesta nos dejaron una situación con urgencias. La pandemia implicó redefinir prioridades. Reforzamos los canales de atención online y digitalizamos procesos. El Covid-19 puso a prueba la resiliencia del sistema financiero global. En la Argentina pudo superarse.

5 ▶ Las políticas públicas deberían tender a lograr que los bancos cumplan un rol más activo en el desarrollo económico y en el acompañamiento a los sectores productivos. Hay que generar esquemas de ahorro y financiamiento que se adecúen a la realidad argentina.



**Alejandro Abraham**  
Presidente

**BANCO DE CORRIENTES**

**Empleados:** 800  
**Facturación 2020 (e.):** \$ 9923 millones  
**Facturación 2021 (p.):** \$ 12.536 millones  
**Inversiones 2021 (p.):** \$ 220 millones

1 ▶ En el sistema financiero argentino, el ratio de

préstamos y depósitos sobre el PBI está en el orden del 10% mientras que en países vecinos se ubica entre el 50% y 80%. El volumen potencial de negocios que aún puede crecer la banca es muy grande. A pesar de la pandemia, el banco creció 63% en nuevos clientes. Para 2021 proyectamos mantener el mismo ritmo.

2 ▶ La imprevisibilidad de las medidas tomadas por la pandemia obligó a que el hábito de los consumidores se traslade de las formas tradicionales a las digitales. En nuestro modelo de negocios, estaban previstas implementaciones a mediano plazo de soluciones tecnológicas que debieron ejecutarse en tiempo récord. Logramos mantener una base de solvencia y liquidez, con un buen nivel de capitalización y de riesgos ponderados, amortiguamos impactos, por lo que el balance es positivo.

3 ▶ Tenemos que crear las condiciones para incrementar el sistema financiero en argentina en base al crédito y al ahorro. Los bancos debemos crear las herramientas y el Estado, las condiciones.



**Santiago González Pini**  
Gerente General

**BANCO DE SERVICIOS Y TRANSACCIONES (BST)**

**Empleados:** 107

1 ▶ Seguir consolidando nuestro rol de banco corporativo orientado al mercado de capitales, brindando alternativas para ayudar a nuestros clientes. Nuestras fortalezas como entidad, sumando la sinergia con nuestros assets managers

a nivel grupo, nos hace ser optimistas en nuestra capacidad de respuesta.

2 ▶ Estamos contentos por haber consolidado la reconversión del banco, proceso que nos demandó entre 2 y 3 años. Estamos finalizando un año con rentabilidad y mejoras en todos los indicadores relevantes. Fuimos un actor relevante en mercado de capitales, tanto en emisiones como participando en refinanciamientos y reestructuraciones.

3 ▶ Una mejora en las condiciones económicas dinamizan la actividad.



**Juan Ignacio Nápoli**  
Presidente

#### BANCO DE VALORES

**Empleados:** 269

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 4600 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 5500 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 112 millones

1 ▶ Concretar la fusión por absorción de Grupo Financiero Valores, su principal accionista, y la cotización directa de las acciones del Banco. Diversificar los sectores que utilizan nuestros principales productos, fideicomisos y FCI, como fuentes de financiamiento e inversión. Explorar oportunidades en otros países de la región. Profundizar la implementación de soluciones tecnológicas.

2 ▶ Los desequilibrios macro y la incertidumbre sobre la manera de afrontarlos por parte del nuevo Gobierno, el resultado de la negociación sobre la refinanciación de la deuda pública, y la parálisis de la economía producida por las medidas vinculadas a la pandemia. Sorteamos con éxito estos obstáculos.

Priorizamos la salud de nuestros colaboradores sin resentir el servicio, pasando a operar 100% en forma remota. En lo económico, logramos incrementos de volumen de intermediación que compensaron la caída de los spreads y nos permitieron mantener satisfactorios niveles de rentabilidad.

3 ▶ Las dirigidas a lograr el equilibrio macroeconómico. De su carencia derivan medidas que afectan los mercados financieros, como control de cambios, manejo de la tasa de interés, refinanciamientos al sector privado. Adicionalmente, una reforma tributaria que equilibre la carga fiscal en comparación con la de otros países.



**Sebastián Pujato**  
CEO

#### BANCO DEL SOL

**Empleados:** 200

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 600 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 1500 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

u\$s 20 millones

1 ▶ Seguiremos posicionándonos como el banco digital más humano, expandiendo el negocio en todas las provincias, apalancados en la fortaleza de marca de nuestro accionista Sancor Seguros, completando la oferta de productos y servicios para individuos, y lanzando al mercado nuestra plataforma para pymes.

2 ▶ Los efectos de la pandemia, con la limitación de actividad, que contrajo los volúmenes de negocios potenciales que teníamos previstos. Balance, neutro. Por un lado, positivo, producto del lanzamiento de la plataforma digital de Banco del Sol al mercado, en plena

pandemia, acercando el banco a clientes que necesitaban resolver necesidades financieras desde sus casas, y por el otro, el difícil contexto para los argentinos, en especial la lamentable cantidad de personas fallecidas, así como la inactividad, con su impacto económico, que afectó el negocio.

3 ▶ Control del gasto público que permita una menor carga fiscal que libere fondos para proyectos de las personas y pymes.

#### BBVA



**Martín Ezequiel Zarich**  
Presidente Ejecutivo BBVA en Argentina

#### BBVA

**Empleados:** 6186

1 ▶ Continuaremos invirtiendo en tecnología. La estrategia para los próximos años implica cambios en el negocio, la cultura de la organización, las metodologías y los espacios de trabajo. Esto implicará profundizar el asesoramiento y el desarrollo de soluciones integrales y personalizadas para cada cliente.

2 ▶ La afectación estuvo marcada por la rapidez con la que tuvimos que adaptar los sistemas y equipos para responder de acuerdo a todas las normativas. Fue relevante la organización, adaptabilidad y flexibilidad de los equipos, para responder ante esta situación y garantizar la atención. Se va un año con una pandemia que obligó a acelerar procesos y trabajar de otro modo. En nuestro caso nos encontramos con un banco sólido y preparado digitalmente. Como

balance, la experiencia nos preparó para afrontar adversidades y nos encuentra hoy en total funcionamiento.

3 ▶ Mayor estabilidad de la moneda y el control de la inflación.



**Juan Marotta**  
CEO HSBC Argentina

#### HSBC

**Empleados:** 3900

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 52.094 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 69.298 millones

1 ▶ El sistema financiero continuará jugando un rol importante para aportar liquidez y acompañar a través de las propuestas de

▶ AUDITORÍA ▶ IMPUESTOS ▶ OUTSOURCING & PAYROLL ▶ CONSULTORÍA



[www.bdoargentina.com](http://www.bdoargentina.com)

Btcher y Asociados S.A., una sociedad argentina de responsabilidad limitada, es miembro de BDO International (limited), una compañía limitada por garantía del Reino Unido, y forma parte de la red internacional BDO de empresas independientes asociadas. BDO es el nombre comercial de la red BDO y de cada una de sus empresas asociadas de BDO.

Copyright © Octubree, 2020. BDO un Argentina. Todos los derechos reservados. Publicado en Argentina.

**BDO**

financiamiento. Seguiremos llevando adelante nuestra operación en el con el foco en nuestros clientes, sus necesidades y la seguridad de los colaboradores. Continuaremos desarrollando proyectos digitales para mejorar la experiencia.

2 ▶ Uno de los retos fue afrontar la incertidumbre de la pandemia. Nos anticipamos y adaptamos el modo de operar. Tomamos los aprendizajes de nuestra organización en Europa y Asia para seguir brindando apoyo a los clientes, innovando y desarrollando proyectos digitales. La prioridad fue asegurar la continuidad de los servicios y la seguridad de los colaboradores. La reestructuración de la deuda fue un paso clave que genera alivio en las amortizaciones de capital e intereses para los próximos años.

3 ▶ Restablecer el camino del crecimiento sostenido de nuestro país como promover las exportaciones. Crear incentivos y políticas claras de mediano y largo plazo para generar inversiones. El consenso es importante.

do a las pymes con oferta crediticia, capacitación y asesoramiento; brindando soluciones financieras para individuos, y apostando al comercio exterior, como puentes entre el mercado local y China.

2 ▶ El obstáculo fue el freno abrupto de la economía los dos primeros meses de la pandemia, con la caída del consumo y del PBI. En los últimos meses se sumó como factor de incertidumbre cambiaria. La pandemia nos impulsó a adaptarnos a un modelo 100% digital en pocos días. Adaptamos los modelos de liderazgo para empatizar con situaciones personales de empleados y clientes. En términos de negocio, mantuvimos el share y ganamos en comercio exterior y préstamos a grandes firmas. El sistema financiero es sólido y solvente, con liquidez en pesos y dólares.

3 ▶ La política sanitaria para el control de la pandemia será clave. Habrá que corregir los desequilibrios en materia monetaria y fiscal, y diseñar un plan para incrementar las exportaciones.

transformación digital, bienestar de los colaboradores y educación financiera.

2 ▶ La pandemia potenció la transformación digital y nos adaptamos soluciones pensando en nuestros clientes. Debemos mirar hacia adelante y capitalizar los aprendizajes. Podemos seguir logrando soluciones y mejoras, con foco en lo digital, para facilitar la operatoria a los clientes.

3 ▶ Como las que viene impulsando el Gobierno y nuestro regulador en términos de bancarización, digitalización y reglas que inviten a nuevos competidores, enriquecen e impulsan al sector financiero.

jera es clave. Existe mucha liquidez en el mundo pero le cuesta llegar a la Argentina. La educación financiera es otro punto.

que fomenten la inversión y favorezcan el crecimiento de la economía. Debemos lograr la formalización de la economía y el menor uso de efectivo en los pagos.



**Sergio Lew**

CEO

#### SANTANDER

**Empleados:** 9174

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 120.018 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 178.523 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 19.082 millones

1 ▶ Estamos comprometidos a continuar acelerando en 2021 nuestra transformación cultural y digital. La prioridad es estar cada vez más focalizados en el cliente. Invertiremos \$ 19.100 M el año próximo en tecnología y renovación de sucursales, entre otros rubros.

2 ▶ Nuestra prioridad fue preservar la salud de los clientes y de los colaboradores. Santander mostró compromiso y colocó líneas de créditos a pymes y monotributistas por más de \$ 47.000 millones. Aceleramos la digitalización.

En condiciones complejas, estamos muy conformes con el balance. Por la capacidad que tuvimos para ser parte de la solución, priorizando iniciativas para la sociedad, donaciones por más de \$ 100 millones. Avanzamos con nuevos negocios y proyectos, como Getnet (compañía de adquirencia), Santander Consumer (financiera enfocada en préstamos prendarios y personales), Superdigital (billetera virtual) y obtuvimos la licencia del BCRA para Openbank.

3 ▶ Políticas fiscales y monetarias sustentables



**Pierpaolo Barbieri**

Fundador y CEO

#### UALÁ

**Empleados:** 556

1 ▶ Vamos a seguir apostando al país, contratando más de 250 personas. Tenemos más de 11 nacionalidades. Y el 42% de la empresa son mujeres. En finanzas y tecnología es algo único. Esa diversidad nos ayuda a tener el mejor equipo.

2 ▶ La pandemia fue muy mala por la macroeconomía. En términos de dinero digital, apuntaló en semanas cambios que esperábamos en años. Es muy positivo en un contexto difícil desde lo humano y lo económico. La recuperación argentina va a sorprender, porque llevamos muchos años de recesión y hay una gran oportunidad de exportar servicios.

3 ▶ Tenemos que animar a la verdadera competencia. Eso aplica a todos los jugadores financieros.

#### SERVICIOS FINANCIEROS



**Julián Sanclemente**

Director General

#### ALPRESTAMO

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 90 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 200 millones



**Alejandro Ledesma Padilla**

Gerente General

#### ICBC

**Empleados:** 3661

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 49.800 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 80.000 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 3500 millones

1 ▶ La transformación digital para facilitar la interacción con el banco. La innovación en productos y plataformas seguirá siendo el eje de la estrategia. Continuaremos acompañando



**César Blaquier**

CEO Itaú Argentina

#### ITAÚ ARGENTINA

**Empleados:** 1634

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 17.730 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 23.340 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 1655 millones

1 ▶ Esta etapa nos obligó a pensar más en un nuevo modelo de relacionamiento, donde la tecnología tiene un rol importantísimo, pero nada será posible sin un sentido humano. Los ejes son experiencia del cliente,



**Stefano Angeli**

CEO

#### REBA

**Empleados:** 202

1 ▶ Buenas expectativas de crecimiento en el país y de expansión en Latam. Seguiremos sumando productos y servicios para complementar la oferta y avanzando en los objetivos de aumentar la educación e inclusión financiera de la población.

2 ▶ Tuvimos más bien desafíos, principalmente por el crecimiento que tuvimos, producto de la aceleración en la digitalización. En poco tiempo tuvimos que agrandar el equipo de atención a clientes y montar nuevos procesos operativos. Fue un año complejo para todos los sectores económicos, aunque el financiero digital fue uno de los que más creció. El ASPO hizo que las personas aceleraran su adopción a la tecnología y eso nos benefició.

3 ▶ Un entorno de confianza para la inversión extran-

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 120 millones

1 ▶ Son positivas, en especial para el sector, ya que notamos cambios en la conducta del consumidor y una fuerte tendencia hacia la transformación digital. En Latam se va a impulsar el consumo, los créditos y tarjetas van a ser herramientas claves para acompañarlo. Hay potencial de crecimiento de la bancarización y nuestra empresa es una herramienta, rápida y simple para acercar a los usuarios a bancos y financieras.

2 ▶ Si bien detectamos dificultades vinculadas al contexto económico que complicaron algunos proyectos, cerramos un año de crecimiento en el país y en el exterior. Crecimos en ventas en términos reales y avanzamos con desarrollos tecnológicos.

3 ▶ Queda trabajo por recorrer en cuestiones como el teletrabajo o economía del conocimiento. Apostamos a que se implementen medidas que den mayor soporte a la inversión productiva.


**Néstor De Cesare***Presidente***ALLARIA LEDESMA FONDOS ADMINISTRADOS****Activos bajo administración 2020 (e.):**

\$ 72.300 millones

**Activos bajo administración 2021 (p.):**

\$ 108.500 millones

1 ▶ La disponibilidad de pesos nos permite proyectar una continuidad del proceso de incremento nominal de los activos bajo administración, nuestros principales clientes seguirán requiriendo servicio de administración

de carteras. Nuestros FCI cerrados agro y de real estate serán apreciados como alternativas de inversión.

2 ▶ El año arrancó con volatilidad en los activos financieros, fruto de la transición política. La tarea del nuevo Gobierno fue tratar de recrear un mercado de capitales dañado y negociar una reestructuración de la deuda soberana en dólares y un nuevo acuerdo con el FMI. Tuvimos que enfrentar la pandemia y sus efectos en la economía, adaptándonos a los cambios organizativos. Queda esfuerzo por delante para consolidar el proceso de recuperación económica.

3 ▶ Algunos aspectos normativos incorporados a la Ley de financiamiento productivo serán profundizados por el Gobierno, mejorando la reglamentación en aspectos vinculados a fondos de inversión cerrados y otorgándoles ventajas fiscales adicionales.


**Cristian López***CEO***CONSULTATIO FINANCIAL SERVICES****Facturación 2020 (e.):**

\$ 936 millones

1 ▶ Seguimos poniendo foco en la tecnología, ya que nos va a permitir expandir el negocio.

2 ▶ En 2020 el reto fue implementar rápidamente un nuevo sistema de trabajo sin afectar las operaciones ni el servicio. Aseguramos la viabilidad de las inversiones y cuidar la salud y el bienestar de los miembros de la compañía a través del trabajo remoto. Reaccionamos con velocidad a los cambios del mercado y adaptamos nuestros sistemas.

3 ▶ Un marco de mayor estabilidad económica y normativa ayudaría.


**Ezequiel Weisstaub***CEO y cofundador***CREDICUOTAS****Facturación 2020 (e.):**

\$ 1500 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 1700 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 30 millones

1 ▶ Seguir innovando en el desarrollo de productos digitales de consumo que permitan a los clientes acceder al crédito 7x24 en forma clara, simple y sencilla.

2 ▶ Los temores del Covid-19 sumados a la inestabilidad económica generaron un shock. Gracias al compromiso y la resiliencia, estamos haciendo de la adversidad una oportunidad de mejora. El año aún no ha terminado, pero el balance es positivo por la capacidad de habernos adaptado a los cambios con velocidad y los buenos resultados que estamos pudiendo obtener.

3 ▶ Las que permitan estabilizar las principales variables económicas y reducir impuestos provinciales, municipales y nacionales, en forma progresiva.


**Damián Lopo***Cofundador Crowdiium***CROWDIUM****Facturación 2020 (e.):**

\$ 900 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 2000 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 180 millones

1 ▶ Firmamos un acuerdo con una de las ALYC más grandes del país, que potenciará el fondeo de la compañía. Buscamos abrir México, Perú y Uruguay y estamos avanzando en nuestra plataforma basada en blockchain para la tokenización de activos inmobiliarios.

2 ▶ Aperturas en otras regiones se vieron afectadas por la pandemia. La devaluación afectó nuestro ticket promedio. Este año, en términos de volumen, duplicamos la cantidad de inversiones, generando un crecimiento superior al 100% interanual, que no se vio reflejado en el volumen fondeado debido a que en términos de dólares nuestra moneda se depreció. Compensamos la devaluación con crecimiento genuino.

3 ▶ La Argentina tiene que ser un leading case en la región en la tokenización de activos. El mercado inmobiliario global va hacia el blockchain, contratos inteligentes y activos digitales. Tenemos que regularlo para recibir inversiones globales.

**Mariano Sardáns***CEO***FDI ASESORES FINANCIEROS**

1 ▶ Consolidar el crecimiento regional en el área de gerenciamiento de activos, hoy con casi 1000 clientes en 14 países. Estamos dando respuesta a la mayor demanda en el área de servicios fiduciarios y protección de activos, sumando staff en EE.UU., España, México, Panamá y Curazao.

2 ▶ La pandemia fue una

"prueba de estrés" para la empresa, tanto en lo que tiene que ver con el nivel de conocimiento de las normativas y operaciones en los países donde actuamos, como en la velocidad de respuesta a nuestros clientes. Excelente desde el punto de vista de los números de FDI. También en la adaptación a los cambios que estimulamos en nuestro staff, nuestro principal activo.

3 ▶ Que los reguladores en América latina establezcan acciones concretas en defensa de los inversores, entre los cuales debiese estar el transparentar las retribuciones y/o conflictos de intereses que tienen los asesores con sus clientes.


**Gabriel González***Presidente***GARANTIZAR****Empleados: 400****Facturación 2020 (e.):**

\$ 2200 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 3000 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 200 millones

1 ▶ Seguir con el plan de expansión, fomentar los proyectos de los socios vinculados a energías renovables, como Haizea Sica (Santa Fe), firma que avalamos para la producción de torres eólicas. Superar la asistencia a profesionales independientes y pequeños comercios, como lo hicimos este año, triplicando el resultado interanual.

2 ▶ El ASPO nos encontró digitalizados en todos nuestros procesos, pudimos incorporar la firma digital via sistema blockchain. Promovimos programas de inclusión financiera basados en beneficios económicos,

capacitaciones a distancia y encuentros virtuales de networking. Logramos una asistencia récord duplicando los resultados interanuales. Garantizar tiene el 70% de participación del mercado medido en pymes con avales vigentes. El fondo de riesgo es de \$ 12.000 millones y el riesgo vivo supera los \$ 32.500 millones (\*). Logramos una asistencia récord a 10.899 pymes duplicando los resultados alcanzados en 2019 (\*). Enfocamos esfuerzos en facilitar la inclusión financiera de todos los sectores productivos de la economía. (\*) Datos enero - sep. 2020.

3 ▶ El desafío que enfrenta la política pública supone una reingeniería del proceso productivo. El Gobierno está haciendo esfuerzos en materia de política económica y social para mitigar el impacto provocado por el Covid-19: los ATP, las tasas

subsidiadas para créditos productivos, moratoria impositiva, créditos a tasa cero. Junto a la reapertura progresiva de las actividades, es clave continuar con medidas de acompañamiento a la reactivación para pymes.

GRUPO bind



**Andrés Meta**  
CEO

**GRUPO BIND**

**Empleados:** + 750  
**Facturación 2020 (e.):** \$ 21.200 millones  
**Facturación 2021 (p.):** \$ 27.500 millones  
**Inversiones 2021 (p.):** u\$s 5 millones

1 ▶ Vamos a seguir apostando por la digita-

lización de productos y servicios. Los productos financieros digitales son una solución necesaria y con mayor penetración, sumando cada vez más usuarios que buscan comodidad, y accesibilidad por medios digitales para resguardar su dinero, sumado a la evolución del producto Mercado Fondo, que ya alcanzó los 2,2 millones de clientes.

2 ▶ La pandemia y el contexto del país nos hicieron repasar el plan de negocios y reforzar las estrategias que merecieron ajustes. Las entidades financieras tuvimos grandes desafíos operativos y normativos en donde nuestra organización mostró estar preparada. 2020 cambió los paradigmas, incluyendo el modo de trabajo pasando de un esquema presencial a casi en su totalidad remoto, con la adecuación de circuitos operativos y herramientas.

3 ▶ Un plan que permita reactivar la economía, generando confianza de mediano y largo plazo, acompañado por un marco regulatorio que incorpore flexibilidad e incentivos para invertir.

Cohen



**Anna Cohen**  
Presidente y CEO

**GRUPO COHEN**

**Empleados:** 150  
**Facturación 2020 (e.):** \$ 700 millones  
**Facturación 2021 (p.):** \$ 920 millones

1 ▶ Consolidar el posicionamiento de cercanía con nuestros clientes, expandir las áreas de expertise en el asesoramiento de carteras.

2 ▶ La digitalización en un sector que hasta el ASPO había exigido una alta carga burocrática y de papeles físicos, la volatilidad adicional en los mercados financieros mundiales y locales en el contexto de la pandemia, el compás de espera en instancias del canje de deuda, las derivaciones de las restricciones cambiarias y normativas, y la imprevisibilidad que estos factores infligieron a la hora de la toma de decisiones de nuestros clientes. Fue un año positivo para nuestra compañía, de avances tecnológicos, consolidación de marca, de nuestro equipo directivo y del desarrollo de talento. Pudimos refrendar la confianza que nuestros clientes no tuvieron en un año incierto. En la macro, el balance se presenta más atribulado, con situaciones pendientes de definición.

3 ▶ Las que agreguen

**Lisicki Litvin & Asociados**

Más de 30 años de experiencia

En la prestación de Servicios Profesionales

- Impuestos
- Auditoría
- Consultoría
- Derecho Tributario y Penal Económico
- Bancos y Servicios Financieros
- Compliance

**BUENOS AIRES**

25 de Mayo 555,  
Piso 13 (C1002ABK)

(+54) 11 48916800  
(+54) 11 43133035

**ZONA NORTE (GBA)**

Dr. Luis García 695,  
Piso 8, Tigre, (B1648AEC)

(+54) 11 48916800

**CORRIENTES**

9 de Julio 1272,  
Piso 8 (W3400AYV)

(+54) 379 4432266

**MENDOZA**

Av. Pedro Molina 547,  
(M5500GAF)

(+54) 261 4231187

**SAN LUIS**

Pasaje Salta 1372,  
(C5700)

(+54) 266 15 4363956

**ROSARIO**

Madres de Plaza de Mayo 3020,  
Piso 5, Torre Nordlink, (S2013SWJ)

(+54) 341 4461795

**RIO NEGRO -VACA MUERTA-**

Alianza c/ Estudio Rizza  
Villegas 780, Cipolletti, (R8324KUP)

(+54) 299 4774000

previsibilidad macro y promulguen un ecosistema propenso a la inversión. Que aquellos que quieren invertir puedan hacerlo en un marco de referencia amigable y de estabilidad y claridad en las reglas de juego.



**José Vignoli**

CEO

### INVERTIRONLINE.COM

**Empleados:** 130

**Volumen operado 2020 (e.):** \$ 210.000 millones

**Volumen operado 2021 (p.):** \$ 460.000 millones

**Inversiones 2021 (p.):** \$ 245 millones

1 ▶ Buscamos continuar creciendo en todo el país, democratizando las finanzas, utilizando la tecnología para ofrecer productos y servicios pensados para que los inversores optimicen el valor de sus ingresos. Es importante incentivar y la educación financiera.

2 ▶ Nuestra cultura digital nos permitió seguir brindando el servicio con la calidad de siempre. El desafío fue escuchar lo que necesitaba el cliente en este contexto, para darle la seguridad y confianza que se necesita para invertir. Crecimos exponencialmente en cantidad de transacciones y volumen operado. Nos afianzamos como una de las 3 Sociedades de Bolsa con mayor volumen operado, según el Ranking BYMA. Sumamos nuevos talentos aún durante la pandemia.

3 ▶ Políticas que posibiliten el desarrollo del país para lograr una reactivación económica sostenida, especialmente una baja en la presión impositiva y previsibilidad. Promover la educación financiera desde la infancia.

## LAZARD



**Matías Elíaschev**

CEO, Latin America Investment Banking

### LAZARD

1 ▶ Mantendremos nuestra fuerte presencia local en el país, asistiendo a nuestros clientes domésticos e internacionales a enfrentar los desafíos y oportunidades generados por la coyuntura.

2 ▶ La transición hacia una metodología de trabajo virtual. El otro gran obstáculo fue la incertidumbre, que generó una dificultad para proyectar y paralizó la toma de decisiones. El balance es muy positivo. Algunos hitos fueron nuestro rol de liderazgo en las reestructuraciones soberanas de la Argentina y Ecuador, y nuestro asesoramiento a Sempra Energy en la venta de Chilquinta Energía y Luz del Sur.

3 ▶ Estabilización de las variables macroeconómicas y recuperación de la confianza de manera urgente. Se necesita un plan económico que incluya un sendero creíble de consolidación fiscal en el tiempo, normalización de la política monetaria y políticas de apoyo a la producción y la exportación.

buscamos consolidar esta transformación, renovando nuestra imagen por completo e invirtiendo en innovación tecnológica y desarrollo de nuevos talentos.

2 ▶ La pandemia. Se nos planteó el desafío de seguir ofreciendo soluciones y brindando servicios con el mismo nivel. Nuestra actividad está preparada para contingencias. Pero nadie había probado el funcionamiento 100% de home office a lo largo del tiempo. Y fue una prueba superada. El balance es muy bueno. Cuando en 2019 en Max modificamos la estructura societaria, nos propusimos un plan ambicioso de crecimiento. El desafío era sostener o ampliar el ritmo de crecimiento. Y lo logramos. Pasamos de 40 a 50 personas. Crecimos en soporte interno, en estrategia y pudimos conformar un equipo de ventas corporativo.

3 ▶ Estabilizar la macroeconomía y restablecer la confianza. Hay que sumar productos para promover el mercado de capitales. Recientemente se avanzó con los fideicomisos solidarios y se anunciaron vehículos para financiar inversiones inmobiliarias y de infraestructura. Impulsar el acceso a los servicios financieros a través de la digitalización.



**Andrés Nobile**

CEO

### MEGAINVER

**Facturación 2020 (e.):** Al 30/09/2020 \$ 361 millones

**Facturación 2021 (p.):** Al 31/12/2020: \$ 520 millones

1 ▶ Las expectativas están centradas en la normalización de la situación financiera pospandemia. Respecto

a los proyectos, entre otros se encuentra el lanzamiento de FCI cerrados, especialmente un fondo fintech.

2 ▶ El impacto económico que generó la pandemia y que nos obligó a repensar el negocio desde el punto de vista digital y aceleró los procesos. También generó retos en cuanto al desarrollo de productos y la innovación para seguir creciendo. La industria de FCI tuvo un muy buen año, a partir del exceso de liquidez provisto por el BCRA que redundó en el aumento de activos bajo administración.

3 ▶ Nueva normativa en el marco de los FCI cerrados.

## MONI



**Juan Pablo Bruzzo**

CEO

### MONI

**Facturación 2020 (e.):** \$ 600 millones

1 ▶ Esperamos que en 2021 la economía pueda reactivarse y recuperemos tasas de actividad que nos permitan retomar los planes de crecimiento que en 2020 se vieron condicionados por la pandemia. En 2021 seguiremos posicionándonos en el ecosistema fintech, afianzando nuestras operaciones en Argentina y Colombia.

2 ▶ La retracción de la economía por la pandemia y luego la incertidumbre y el clima de wait and see sobre la evolución de la renegociación de la deuda y el tipo de cambio. Ese contexto nos hizo reducir las perspectivas de crecimiento proyectadas. La inflación sumó un obstáculo más. Pudimos sostener el nivel de ingresos por el crecimiento que tuvo la adopción y frecuencia de uso de los pagos y las billeteras digitales. Pudimos

avanzar en el desarrollo de productos y funcionalidades de nuestra app y concretar el inicio de las operaciones de Moni en Colombia.

3 ▶ Reglas de juego que acompañen la evolución, pero sin generar barreras para su desarrollo. Un ejemplo está en los pagos con QR y el tremendo potencial de crecimiento que tienen si logramos la implementación del QR interoperable.



**Esteban Goyheneix**

CEO

### NEIX

**Empleados:** 35

**Facturación 2020 (e.):** \$ 250 millones.

**Facturación 2021 (p.):** \$ 400 millones.

**Inversiones 2021 (p.):** \$ 30 millones

1 ▶ Esperamos que a mitad de 2021 el Covid-19 ya no reste actividad económica y sea el comienzo de la recuperación. Pensamos en otro año difícil y desafiante debido a los vaivenes que sufrió el país. Nos gustaría ver condiciones que apoyen a las empresas y emprendedores y que haya una menor carga impositiva. Proyectamos el crecimiento de nuestra operación al estar tecnificando procesos y orientando más recursos a la gestión comercial.

2 ▶ La pandemia y el cambio de reglas locales, los mayores escollos. La baja de la actividad económica y la reestructuración de deuda, aunque terminó siendo exitosa, fueron otros inconvenientes. La operación remota conlleva un menor grado de eficiencia en la operatoria, haciendo que el equipo tenga que realizar un esfuerzo extra. Fue un buen

año para la compañía. Pudimos adaptarnos y operar en forma remota. Crecimos en facturación y clientes.

3 ▶ Dar mayor desarrollo a los productores. La CNV podría otorgarles permiso para operar bajo la normativa de un Alyc, con sus clientes directamente, certificando conocimiento y responsabilidades con un examen. Multiplicaría la llegada de inversores y ampliaría el mercado de capitales.



**Sebastián Böttcher**

CEO

**NUBI**

1 ▶ Consolidarnos como un player relevante en el mercado de pagos digitales.  
 2 ▶ Las adecuaciones regulatorias y conseguir/re- tener el talento. 2020 será un año inolvidable. Para Nubi fue un año de mucho esfuerzo, pero también de muchos logros. Estamos seguros de que todo lo que hicimos durante 2020 nos permitirá cosechar grandes éxitos.  
 3 ▶ Todas aquellas que faciliten las transacciones financieras digitales.



**Claudio Ariganello**

Presidente

**PROVINCIA BURSÁTIL**

**Empleados:** 13  
**Facturación 2020 (e.):** \$ 64 millones

1 ▶ Estamos desarrollando una plataforma online para ampliar modalidades operativas para nuestros

clientes. Se podrá invertir en FCI que permitirá a nuestra sociedad controlada Provincfondos añadir un nuevo canal de distribución. Daremos asistencia a pymes a través del mercado de capitales.

2 ▶ El cambio de paradigma por la pandemia. Organizar una nueva modalidad de trabajo y coordinar los equipos frente a un contexto en el que el país negociaba el canje de deuda. Debemos capitalizar las enseñanzas de la crisis para mejorar procesos y optimizar la eficiencia operativa, los canales de comercialización, la oferta de productos y la conexión con los clientes. Trabajamos para que Provincia Bursátil se constituya como puente entre clientes bonaerenses y Banco Provincia para lograr un acercamiento gradual al mercado de capitales.

3 ▶ Lograr los incentivos para que el inversor residente vuelque sus excedentes financieros que están en el exterior al mercado local. Un incentivo sería una revisión integral del impuesto a las transacciones financieras que haría más atractivas las inversiones en títulos de deuda para las empresas e inversores institucionales.



**Néstor Francescangeli**

Vicepresidente

**PROVINCIA FONDOS**

**Empleados:** 15  
**Facturación 2020 (e.):** \$ 256,5 millones

1 ▶ Mantener un crecimiento sostenido del patrimonio administrado. Estamos realizando un trabajo con todas las empresas de Grupo Provincia, que nos permite mejorar la relación y los negocios. Logramos un incremento del patrimonio

administrado superior al promedio de la industria. Lanzamos un nuevo Fondo Pyme, que contribuirá al desarrollo de las pymes.

2 ▶ Si bien adoptamos rápidamente el trabajo a distancia, fue un desafío coordinar el esfuerzo comercial, la relación con Banco Provincia como Agente de Custodia y mantener motivados a todos los equipos. Una de las enseñanzas que deja la pandemia es a estar preparados para adoptar al 100% la comunidad digital. Uno de los objetivos es poner en práctica un convenio con Provincia Bursátil, para que por su web se comercialicen nuestros fondos; sería un canal adicional al que tenemos, que es el homebanking de Banco Provincia.

3 ▶ El desafío de las autoridades es lograr las condiciones para que los agentes económicos busquen más financiamiento en el mercado de capitales.



**Valeria Dallera**

Presidenta

**PROVINCIA LEASING**

**Facturación 2020 (e.):** \$ 1750 millones  
**Facturación 2021 (p.):** \$ 2650 millones

1 ▶ Prevernos llegar con nuestra herramienta a más empresas, aspiramos a aportar a la recuperación económica pospandemia, con líneas pensadas como incentivos a la inversión, con acuerdos con cámaras y asociaciones industriales. Trabajamos para acompañar a la gestión de los organismos públicos en las mejoras de infraestructura y modernización de equipamiento relacionado a la salud, higiene, seguridad, servicios

y obra pública.

2 ▶ La pandemia nos obligó a repensar las estrategias. Elaboramos una línea de financiamiento a municipios de la PBA para la adquisición de bienes de capital destinados a mitigar los efectos del Covid-19, que contó con tasas especiales y un período de gracia para el pago. Provincia Leasing acompañó al sector privado en inversiones de bienes de capital y al sector público en la mejora de sus capacidades, aumentando las operaciones de financiamiento un 121% vs. 2019.

3 ▶ El leasing contribuirá a dar impulso a la actividad productiva de varios sectores. La actividad del leasing en nuestro país cuenta con un marco legal que recoge lo mejor de la experiencia internacional.



**Nadia Giardina**

Presidenta

**PROVINCIA MANDATOS**

1 ▶ Proyectamos optimizar el posicionamiento de la empresa en el sector público y privado mediante esquemas de negocios orientados a las necesidades de cada cliente. Realizando un trabajo coordinado entre las compañías de Grupo Provincia y Banco Provincia prevemos realizar proyectos que acompañen las políticas públicas para afrontar la coyuntura y de pospandemia.  
 2 ▶ Reinventar la forma de trabajar. Nos enfocamos en la digitalización de los procesos internos y la coordinación de los equipos para desarrollar las actividades de manera remota. En un contexto económico adverso, logramos mejorar los resultados, cerrar acuerdos

postergados y potenciar los beneficios de la herramienta del fideicomiso en sus distintas variables. Junto a Provincia Bursátil presentamos Porvenir, una línea que permitirá llevar adelante proyectos con impacto social.

3 ▶ Aquellas que permitan potenciar la figura del fideicomiso financiero alentando las inversiones de distintos actores, así como el impulso que se le está dando a sectores afectados por la pandemia en el marco de programas estratégicos como Provincia en Marcha.



**Nicolás Galarza Ricci**

CEO

**QUIENA INVERSIONES**

**Empleados:** 24

1 ▶ Quiena empezará a administrar inversiones en moneda local en Argentina y un nuevo territorio de la región para dar servicios a un nuevo segmento. Esperamos alcanzar un volumen de operaciones de más de u\$s 300 millones y multiplicar por 3 la cartera de clientes los próximos 12 meses.

2 ▶ La obligación de adoptar el trabajo remoto de una semana a la otra; la situación global llevó a cambios drásticos en la regulación en un período muy corto de tiempo; y los procesos de contratación remotos. 2020 fue el año más difícil que vivimos en Quiena, y a la vez el de mayor crecimiento. Nos obligó a crear bases tecnológicas más sólidas que las que proyectábamos, y a aumentar las proyecciones y optimismo sobre 2021.

3 ▶ El desarrollo del mercado de capitales local es clave para el crecimiento del país. Beneficios impositivos por invertir en empresas de

capital argentino; beneficios por financiar gobiernos locales; incentivos para que las empresas busquen capital en el mercado de capitales; flexibilización de las regulaciones del sector.

Quinquela



**Federico Diez**  
Gerente General

### QUINQUELA FONDOS

**Facturación 2020 (e.):**

\$ 500 millones

**Facturación 2021 (p.):**

\$ 750 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

\$ 30 millones

1 ▶ La aceleración de los agregados monetarios, el principal motor de crecimiento de la industria de

FCI producto de la política monetaria expansiva llevada adelante por el BCRA y del cepo. Estas condiciones que llegaron para quedarse en 2021 pero a un ritmo menor al observado este año. Los desafíos van a pasar por adaptarnos a la nueva normalidad incorporando prácticas organizacionales adquiridas este año.

2 ▶ El proceso de normalización de la deuda en pesos, la reestructuración de la deuda en dólares y las presiones cambiarias fueron los temas económicos que marcaron la agenda de nuestros fondos administrados, sumado a los retos de la pandemia. Para la industria de FCI y para Quinquela fue un año de fuerte crecimiento en los patrimonios administrados, con cambios normativos y regulatorios que obligaron a la industria a adaptarse.

3 ▶ Generar condiciones

de estabilidad macro y monetaria.

Schroders



**Pablo Albina**

Country Head para Argentina y Head of Investment para Latinoamérica

### SCHRODERS

**Empleados:** 5100

1 ▶ El 2021 será un año de grandes desafíos, principalmente en lo que respecta a un reordenamiento de las variables macroeconómicas y al de un mercado de capitales golpeado. La industria de FCI estará en transformación, adecuándose a cambios que irán acompañando a las principales variables que mueven la economía.

2 ▶ La pandemia fue un obstáculo. Logramos que todos nuestros colaboradores desarrollen sus tareas desde sus casas. Por el lado del negocio, fueron principalmente los cambios regulatorios en la industria de FCI que hicieron que tengamos que adaptarnos a la nueva normativa. Gracias a la pandemia aprendimos a comunicarnos de nuevas maneras, lo que contribuyó a un cambio radical en nuestra forma de llevar adelante el negocio. Fuera de la pandemia, fue un año lleno de desafíos donde tuvimos que esforzarnos al máximo.

3 ▶ Políticas públicas que sean claras, transparentes y duraderas a fin de potenciar el ahorro y la inversión. El mercado de capitales argentino necesita cobrar más relevancia, comenzando con lineamientos claros y otorgando beneficios fiscales a inversores.



**Guido Quaranta**  
CEO

### SESOCIO

**Facturación 2020 (e.):**

u\$s 120 millones

**Facturación 2021 (p.):**

u\$s 460 millones

**Inversiones 2021 (p.):**

u\$s 6 millones

1 ▶ Continuaremos con el objetivo de democratizar las inversiones. El contexto va a implicar que muchas pymes que probablemente fueron sólidas se encuentren con problemas financieros. Ahí es donde la comunidad de usuarios de SeSocio les puede dar una mano y a la vez percibir rentabilidad.

2 ▶ La pandemia. Abrimos



nuestro espacio para alentar la ayuda de financiamiento de las fundaciones. Afrontamos la crisis que generó la pandemia. La prioridad inmediata fue tener un impacto positivo para ayudar a los emprendedores y a los inversores con la continuidad de sus negocios y sumar más proyectos de la economía real y por supuesto en todo lo que podamos aportar a nivel social.

3 ▶ Es un momento para apoyar a la industria digital y a las fintechs. Se necesitan tecnologías para lograr una mejor asignación de recursos. Apoyar un acceso fácil al financiamiento de pymes y emprendimientos es clave. Tenemos un mercado de capitales muy chico.

**TARJETAS DE CRÉDITO**



**Henry Seeber**  
*Presidente y Gerente General de American Express Argentina*

**AMERICAN EXPRESS**

**Empleados:** + 850

1 ▶ Continuar trabajando para proveer la mejor experiencia a nuestros clientes.

2 ▶ Esta nueva normalidad hizo que las decisiones se tomen más rápidamente, lo que generó una gran evolución. Migramos el 100% del personal a modalidad remota en 4 días, y 24 hs antes de que se decretara el ASPO. Implementamos herramientas de financiación para ayudar a nuestros clientes. Aceleramos pagos a comercio en 72 horas, sobre todo a las pymes. Reconocemos el gran trabajo de nuestro equipo humano.

3 ▶ Destinadas a incentivar el consumo y el crecimiento del país para que las pymes puedan generar empleo.



**Agustín Beccar Varela**  
*Gerente General Mastercard Cono Sur*

**MASTERCARD**

1 ▶ 2021 será un año de recuperación de la economía. Estaremos trabajando cerca de los sectores más afectados por la pandemia para ayudarlos a enfrentar nuevos desafíos. Ya colaboramos con muchos de ellos a través de nuestras tecnologías y programas que buscan reactivar la economía e incentivar la inclusión financiera como la iniciativa de Tech for Good.

2 ▶ Estábamos preparados para trabajar de forma remota y equipados con sistemas de seguridad. Externamente, la firma pudo responder a las necesidades ofreciendo acceso a productos que garantizan seguridad. Tuvimos la oportunidad de seguir posicionándonos como aliados para las fintechs, ser pioneros en introducir soluciones como el pago con relojes y celulares por NFC y proponer pagos digitales para abonar sin el plástico.

3 ▶ Brindar diversidad de opciones de pago para responder a las necesidades de los consumidores y garantizar la seguridad de las transacciones.



**Alejandro Asrin**  
*Presidente*

**NARANJA**

**Empleados:** 3100

1 ▶ Un contexto económico

que no crece. Proyectamos inversiones para continuar desplegando productos y servicios financieros digitales. Potenciaremos la iniciativa Futuro del Trabajo, enfocados en cómo mejorar la experiencia de nuestros colaboradores.

2 ▶ La pandemia generó incertidumbre. El contexto económico y desconcierto social fueron factores negativos. Principal obstáculo: somos una sociedad que no logra acordar las 3 cosas básicas que debemos hacer. No logramos una agenda común. Fue un año sin horizonte claro. Tenemos nuestro capital en el país y el único modo de hacer es invirtiendo y creciendo.

3 ▶ Es un momento que requiere que todos los dirigentes políticos, económicos y sociales tomemos decisiones que permitan llegar a concesos. Equilibrio fiscal. Estabilidad cambiaria. Un sistema tributario que promueva la inclusión financiera. E impulsar Ley de Conocimiento.

**VISA**



**Gabriela Renaudo**  
*Group Country Manager Visa para Argentina y el Cono Sur*

**VISA ARGENTINA**

1 ▶ El mundo atraviesa un momento de transición, y en Visa seguiremos trabajando para ayudar a reducir o eliminar el uso de efectivo e innovando para lograr que más personas tengan acceso a formas de pago electrónicas y digitales simples, convenientes y seguras.

2 ▶ La pandemia aceleró la migración a un ecosistema de pagos que opera con menos interacción humana, un crecimiento de transacciones realizadas entre

dispositivos, y una migración al e-commerce. Esos retos se convirtieron en oportunidades de seguir apoyando a los consumidores, clientes, comercios, fintechs, gobiernos a reducir o incluso eliminar el uso del efectivo y a acelerar el proceso de transformación tecnológica. Seguimos apoyando la emisión y aceptación de credenciales contactless. Fuerte migración hacia el e-commerce donde preferentemente se paga con tarjetas de crédito o débito. Sin embargo, una de nuestras principales preocupaciones continúa siendo el impacto en las pymes, y en el turismo como sector en general.

3 ▶ Las políticas públicas que incentiven a comercios y consumidores a usar y aceptar medios de pago electrónicos y digitales serán clave para la economía y para promover la inclusión financiera y formalización.



**Matias Halyo**  
*CEO*

**AVIA**

1 ▶ Tenemos proyectada la incorporación de dos grandes marcas internacionales con las que estimamos cubrir un segmento en el no habíamos trabajado. Nuestras expectativas están relacionadas con crecer en el negocio del e-commerce, aumentar la cartera de clientes en nuestras marcas y continuar trabajando en el

posicionamiento.

2 ▶ Los tres primeros meses de la pandemia en Argentina fueron de receso en las actividades comerciales, lo que significó un freno en la facturación. A medida que las actividades se fueron flexibilizando estamos volviendo a nuestro movimiento. Fue un año difícil. Teníamos proyectos para seguir creciendo y nos tocó cambiar el foco e intentar mantenernos a flote, redefinir estrategias y volver a empezar. Confiamos en que cerraremos el año de forma estable.

3 ▶ Nos encontramos con inconvenientes para la importación y falta de insumos para la producción nacional, por lo sería positivo un incentivo para estas actividades y una mayor estabilidad en el tipo de cambio.

**CALANDRA**



**Julio Kim**  
*Dueño*

**CALANDRA**

**Empleados:** 70  
**Facturación 2020 (e.):** \$ 350 millones  
**Facturación 2021 (p.):** \$ 550 millones  
**Inversiones 2021 (p.):** \$ 200 millones

1 ▶ El punto de inflexión sería la vacuna masiva, lo que conlleva a un reacomodamiento económico ya que veníamos golpeados a nivel país de antes de la pandemia y más en este sector. No sería difícil superar en comparación a este año, que fue desastroso. El año próximo es muy inesperado, estamos esperando la sorpresa, reinventarnos y ver qué sucede.

2 ▶ El humor social, el pesimismo que abunda. Y la gran caída del consumo de indumentaria de diseño.