

La Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional: precisiones sobre su rol, gestión y resultados

Frente a la reciente circulación de información inexacta y malintencionada sobre el funcionamiento de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI), la Fundación considera oportuno aportar claridad. Con este propósito, se detallan a continuación los hechos verificables acerca de su misión, el proceso de gestión en curso y los resultados obtenidos.

Una fundación con más de 30 años de trayectoria

La Agencia es una fundación privada creada en 1993, cuya misión es promocionar la oferta exportable de las empresas argentinas y las oportunidades de inversión en el país. Desde 2024 se encuentra bajo la órbita de la Secretaría General de la Presidencia de la Nación, en el marco de un rediseño institucional orientado a una Argentina en crecimiento.

Su labor resulta fundamental para la política nacional de promoción comercial y atracción de inversiones: una Agencia más ágil, más estratégica y con mayor presencia en los principales mercados del mundo.

El actual presidente ejecutivo, Diego Sucelesca, designado por el voto unánime de la asamblea del Consejo de Administración, es de profesión abogado y periodista, con una amplia trayectoria en medios de comunicación y con una Maestría en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones.

Situación heredada y saneamiento financiero

Al inicio de 2024, la Agencia enfrentaba una situación económica crítica, con un patrimonio neto negativo y una deuda significativa en moneda extranjera. Bajo la conducción de la Secretaría General de la Presidencia de la Nación, y con la presidencia ejecutiva de Diego Sucelesca, se implementó un plan de reestructuración financiera que permitió revertir el déficit y cerrar el ejercicio 2024 con un superávit histórico.

La nueva gestión debió cubrir una deuda heredada de \$3.240 millones correspondiente a 2023. Si no lo hubiese hecho, las empresas argentinas no hubieran podido participar en ferias internacionales, con el perjuicio económico que eso les hubiera significado.

Presupuesto

Cabe destacar que el presupuesto 2024 fue 24% menor al de 2023 y 37% inferior al promedio histórico de la última década. A pesar de esta reducción, la Agencia logró equilibrio financiero: mientras que el balance 2023 mostró déficit, el de 2024 cerró con superávit y fue aprobado por unanimidad en abril pasado por el Consejo de Administración. El balance se encuentra presentado en la Inspección General de Justicia (IGJ)

Gestión: más promoción y más empresas en el mundo

La Agencia acompañó a más de 1.360 empresas argentinas a 78 ferias internacionales en 25 destinos, entre julio de 2024 y junio de 2025. Esto representó un incremento del 80% en ferias y rondas de negocios, con un 60% más de contactos comerciales.

En este sentido, la Agencia rediseñó sus pabellones con el objetivo de adecuarlos al profesionalismo y nivel de las empresas que buscan insertarse en nuevos mercados internacionales. Para ello, amplió la superficie de los stands y los dotó de más y mejores servicios, además de presentar un nuevo *business center*: un espacio exclusivo para que las empresas concreten más oportunidades de negocios.

Gracias a esto, por ejemplo, se obtuvo por primera vez en la historia de la Agencia el premio al mejor stand en la feria más importante del sector petrolero de los Estados Unidos, OTC Houston 2025.

Además, en el último año, la Agencia capacitó a más de 3.400 empresarios y emprendedores para que pudieran llegar a las ferias internacionales con los conocimientos necesarios para ampliar su horizonte de posibilidades en el diálogo con sus contrapartes.

Creó también el Programa de Internacionalización de Empresas, que potencia el ingreso de productos y servicios de empresas argentinas a los mercados estratégicos del mundo.

En ese sentido, la Agencia impulsó la apertura de nuevas verticales de negocios en el mundo: biotecnología, alimentos orgánicos, agronegocios, deportes y arte.

Promoción de las oportunidades de inversión en Argentina

Ante varios de los principales empresarios de Estados Unidos, España, Italia, Francia, Canadá, Chile, Brasil, China y Emiratos Árabes Unidos, la Agencia promocionó las distintas oportunidades de negocios que ofrece Argentina, especialmente las establecidas en el Régimen de Incentivo para

Grandes Inversiones (RIGI), una herramienta que, desde su lanzamiento en 2024, atrajo inversiones por más de USD 13.067 millones, una cifra que equivale aproximadamente al 1,9% del Producto Bruto Interno (PBI) argentino.

Además, en 2025 la Agencia presentó una nueva edición de la Guía del Inversor *Haciendo Negocios en Argentina 2025*, publicada tras siete años sin hacerlo, y se prepara para una nueva edición del Foro Argentino de Inversiones, que en 2024 reunió a más de mil referentes globales en Buenos Aires.

Integración con Marca País Argentina

Por decisión de la **Secretaría General de la Presidencia de la Nación**, la Agencia inició en 2024 un trabajo de integración y promoción conjunta con **Marca País Argentina** alrededor del mundo. Llevó a cabo 44 acciones de promoción culturales, gastronómicas, turísticas y artísticas del país en algunas de las principales ciudades internacionales: esta cifra representó un aumento del 200% con respecto al año anterior.

La Agencia ha demostrado una gestión exitosa, reduciendo costos operativos, ampliando y mejorando sus servicios, y acompañando a las empresas argentinas en la conquista de nuevos mercados gracias a una oferta exportable cada vez más competitiva.