

## Premios Eikon 2025

### Caso “Serie E: lo hicieron de nuevo”

- **Empresa:** Ualá
- **Título del caso:** Serie E: lo hicieron de nuevo
- **Capítulo:** General
- **Categoría:**
  - Categoría 10.1: Comunicaciones Financieras o con los Inversores
- **Departamento/área que desarrolló el plan:**
  - Equipo de Comunicación Corporativa + Equipo de Ballero, Luc & Asociados.

#### **Persona/s responsable/s del plan de comunicación:**

- Martín Bellocq, Chief Marketing Officer (CMO) de Ualá.
- Julieta Biagioni, Directora de Comunicación Corporativa de Ualá.
- Marina Pantano Llaber, Manager de Comunicación Corporativa de Ualá Argentina.
- María Fernanda Rodríguez Hineirosa, Growth Marketing Manager de Ualá Colombia.
- Pablo Bou, Líder de Comunicación Corporativa de Ualá México.
- Bárbara López Russo, Especialista de Comunicación Corporativa de Ualá.
- Julieta Grimaldi, Directora de Cuentas de Ballero, Luc & Asociados.

## 1. Introducción

### Crecimiento constante

Ualá es un neobanco en plena expansión con fuerte presencia en Argentina, México y Colombia, los países donde opera. Su crecimiento sostenido responde a un objetivo claro: innovar para ofrecer los mejores servicios financieros y facilitar el acceso a productos clave como ahorro, crédito, pagos e inversión, que acompañan las necesidades diarias de millones de personas. Algunos datos reflejan su evolución en menos de siete años:

- Más de 9 millones de usuarios en la región.
- Más de 2,7 millones de usuarios han invertido a través de Ualá.

A estos logros, en noviembre de 2024 se sumó uno más que volvió a demostrar su relevancia en el sector: **Ualá cerró una nueva ronda de inversión Serie E por 300 millones de dólares y alcanzó una valuación de 2.750 millones de dólares. En marzo de 2025, concretó la extensión de esa misma ronda por 66 millones de dólares adicionales, elevando el total recaudado a USD 366 millones de dólares.**

La ronda fue liderada por Allianz X, el brazo de inversión del Grupo Allianz, una de las principales aseguradoras y gestoras de activos del mundo. También participaron inversores nuevos y existentes, como Stone Ridge Holdings Group y Tencent, entre otros. El cierre de la extensión tuvo la participación de Televisa Univision, la principal compañía de medios en español en México.

### Un punto de inflexión para la región

El hito de esta inversión está en que representa la **mayor ronda privada de financiamiento en América Latina en los últimos tres años**, así como la primera inversión de Allianz X en la región.

Además, se posiciona como la mayor recaudación de capital para una empresa basada en Argentina desde la [Serie D de Ualá en 2021](#), confirmando el notable crecimiento y liderazgo de la compañía en la industria.

Por este logro, Ualá fue reconocida por la Asociación para la Inversión de Capital Privado en América Latina (LAVCA) como una de las [10 startups latinoamericanas que recaudaron más de 100 millones de dólares](#).

## 2. Campaña (estrategia)

### Una comunicación regional

El logro de la Serie E constituyó una gran oportunidad para darle nuevos aires a la comunicación interna y externa de Ualá. Fiel a su cultura, la primera acción fue compartir la noticia con sus colaboradores. Pierpaolo Barbieri, fundador y CEO, lo anunció a través de un mensaje en los canales Workplace y Slack, reforzando el espíritu de cercanía y transparencia que caracteriza a la compañía.

En paralelo, se lanzó un [sitio web regional](#) con una [landing](#) dedicada exclusivamente al anuncio, diseñada para facilitar el acceso a la información clave de la ronda para periodistas y stakeholders. Esto fue acompañado por elementos gráficos, como una [infografía](#), un [video del evento](#) realizado en las oficinas de Ualá en Buenos Aires y fotos del anuncio.

Además, se produjeron videos breves pensados para redes sociales, con Barbieri como protagonista en un formato ágil de ping-pong de preguntas y respuestas. Estas piezas se complementaron con contenidos institucionales adicionales, todos desarrollados con la versatilidad necesaria para ser replicados por medios de comunicación y amplificar el alcance del anuncio.

### 3. Ejecución

#### Todos somos parte

En Argentina, el país donde nació Ualá, el anuncio de la Serie E contó con un invitado especial: el Presidente de la Nación, Javier Milei. Su presencia no solo reflejó su apoyo al nuevo hito de la compañía, sino que también reconoció el impacto que esta inversión tendría en el ecosistema financiero digital del país.

**Ualá tenía claro que sus colaboradores debían ser parte de esta noticia.** Sin embargo, uno de los principales desafíos fue mantener en reserva la participación del Presidente y evitar filtraciones a la prensa. Para lograrlo, se convocó al evento mediante invitaciones por correo electrónico a más de 250 personas, que asistieron a la presentación general. Luego, un grupo reducido fue invitado a participar del anuncio en la Bóveda de las nuevas oficinas, donde tomaron la palabra tanto Pierpaolo Barbieri como el propio Presidente Milei.

#### Contarlo en grande

Sin dudas, el punto más alto de la comunicación de Ualá fue **haber estado en la [pantalla de Nasdaq](#), la más icónica de Times Square en Nueva York, por segunda vez en su historia** de forma gratuita.

Con este hito como faro, se organizaron diferentes estrategias para cada país:

- **Argentina**

La noticia se contó desde las nuevas oficinas de Ualá, en una doble invitación: además de las novedades, también fue una oportunidad para visitar las instalaciones que sorprenden por su diseño y funcionalidad. El invitado especial fue Javier Milei, quien dedicó unas palabras durante el evento y replicó su entusiasmo por ver el logro de Ualá desde su plataforma favorita [X](#).

Llegar a este punto implicó una gran preparación y coordinación entre el equipo de Comunicación de Ualá y Presidencia. El primer detalle fue adecuar la fecha del anuncio para que el mandatario pudiera estar presente, y a esto se sumaron visitas del equipo presidencial para conocer los espacios y diagramar el itinerario a realizar.

El día del anuncio, la agenda comenzó con **una reunión privada de la que participaron el Presidente, la Secretaria General de la Presidencia, Karina Milei; el Secretario de Comunicación y Medios, Manuel Adorni; el Jefe del Consejo de Asesores de Presidencia, Demián Reidel, y el Jefe de Gabinete, Guillermo Francos. Por parte de Ualá estuvieron Barbieri e integrantes del C-Level.**

Durante el recorrido por las nuevas oficinas, se acercaron **más de 250 colaboradores, que participaron del evento y se tomaron fotos con los funcionarios.**

En la Bóveda, un espacio con gradas móviles diseñado para eventos y presentaciones que funciona como el corazón de las nuevas oficinas de Ualá, **Javier Milei y Pierpaolo Barbieri dieron sus discursos, destacando la gran oportunidad de crecimiento que la Serie E significa para Ualá y Argentina en general**, que ve como uno de sus unicornios sigue expandiéndose.

Este momento histórico para la empresa **se transmitió en vivo desde el canal de Presidencia** (obtuvo más de 9K de visualizaciones) y **en el propio espacio de YouTube de Ualá** (con más de 3K de visualizaciones). Los principales medios lo embebieron en sus webs de forma destacada.

Luego del evento, se organizó una **ronda de prensa virtual**, en la que **21 periodistas** de los más importantes medios del país tuvieron la oportunidad de conversar con Barbieri sobre este hito en la historia de Ualá.

- **México**

Ualá organizó un encuentro en el que estuvo presente el **Secretario de Economía, Marcelo Ebrard**, por parte del gobierno nacional, junto a Barbieri y Andrés Rodríguez

Ledermann, Director General de la empresa en México, quienes después brindaron una rueda de prensa en la que estuvieron presentes **más de 21 periodistas**.

Como destacado, **Barbieri fue [keynote speaker en el Foro Forbes Economía y Negocios de la revista Forbes](#)**, en su edición mexicana. Allí también recibió el [Premio a la Excelencia Empresarial 2024](#).

- **Colombia**

La estrategia fue más acotada, pero tuvo un gran impacto. El detalle está en que todo se logró basándose en las relaciones de confianza construidas a lo largo del tiempo con los periodistas y referentes locales.

#### **4. Resultados**

##### **¿Los resultados? Un ÉXITO**

###### **1. Doble de Ualá, una vez más en Nasdaq**

Así como lo hizo cuando consiguió la Serie D en 2021, Ualá volvió a protagonizar la pantalla de Nasdaq al conquistar la Serie E. Se trató de un momento memorable para un unicornio argentino.

Esto se multiplicó a través de entrevistas exclusivas que se dieron bajo embargo a los medios más sobresalientes del mundo:

- Bloomberg
  - [Argentina's Ualá Reaches \\$2.75 Billion Valuation in New Funding](#)
  - [Allianz X investiert in Argentinien's größtes Start-Up Ualá](#) (alemán)
- Financial Times
  - [Argentine star fintech Ualá wins fresh funding from Allianz and Alan Howard](#)

En total, fueron **más de 40 publicaciones** en medios clave.

###### **2. Ualá en los medios de Argentina**

Sin dudas, **la presencia del presidente Milei fue un éxito** y la difusión se vio multiplicada luego de que éste haya replicado su entusiasmo por la conquista de la Serie E en sus propias redes y **plataformas de comunicación oficial**:

- Presidencia - [Discurso del Presidente Milei en la sede corporativa de Ualá](#)

- Casa Rosada - [Palabras del Presidente de la Nación, Javier Milei, después de visitar la sede corporativa de Ualá, en CABA](#)
- Gobierno de Argentina - [Javier Milei en Ualá: "El país está entrando en su mejor momento de los últimos 100 años"](#)
- Tweet en [X](#).

Luego del evento, la rueda de prensa online posibilitó la gestión de notas 1:1 con diferentes periodistas. En total, se consiguieron más de 150 publicaciones, entre las que se destacan:

- LN+ - [Entrevista de Pier con Carlos Pagni](#)
- Radio Mitre - [Entrevista de Pier con Eduardo Feinmann](#)
- Radio Rivadavia - [Entrevista de Pier con Cristina Pérez](#) (link a la [nota web](#))
- Infobae - [El fundador de Ualá consiguió USD 300 millones en una ronda de inversión y deslizó críticas a sus competidores](#)
- La Nación - [Ualá amplió su capital en US\\$300 millones en una ronda de inversión](#) (versión [online](#))
- Clarín - [La fintech Ualá juntó US\\$ 300 millones y Milei la elogió](#) (versión [online](#))
- El Cronista - [Ualá captó u\\$s 300 millones en una ronda de inversión y ahora vale u\\$s 2750 millones](#) (versión [online](#))

### 3. Conquistando las portadas mexicanas

La rueda de prensa derivó en la gestión de varias entrevistas 1:1 y **más de 50 publicaciones**, entre ellas:

- Reforma - [Recauda Ualá 300 mdd y eleva su valor de mercado a 2,750 mdd](#)
- Reforma - [Vale millones](#)
- El Norte - [Recauda Ualá 300 mdd y eleva su valor de mercado a 2,750 mdd](#)
- Mural - [Recauda Ualá 300 mdd y eleva su valor de mercado a 2,750 mdd](#)
- Forbes - [Ualá capta 300 mdd para crecer negocios en México, Argentina y Colombia](#)

### 4. Colombia: el valor de los vínculos

**Las repercusiones tuvieron un doble mérito.** Por un lado, dejaron ver la importancia de la noticia. Por el otro, fueron el resultado de un trabajo sostenido de comunicación con la prensa y de la construcción de vínculos de confianza entre ambas partes. De este modo, se lograron **más de 10 publicaciones**, entre las que se destacan:

- La República - [Ualá cierra una ronda de inversión por US\\$300 millones, la más grande en tres años](#)

- **La República** - [Con nuevos recursos, Ualá pretende obtener beneficios en América Latina](#)
- **El Tiempo** - [Ualá cerró ronda de inversión por US\\$ 300 millones, la más grande de América Latina en los últimos tres años](#)
- **El Tiempo** (impreso) - [Neobanco Ualá cerró ronda por 300 millones de dólares](#)
- **Valora Analitik** - [Ualá cerró una ronda de inversión por US\\$300 millones liderada por Allianz X](#)
- **Forbes** - [Ualá recauda US\\$300 millones en la mayor ronda de inversión en tres años en Latinoamérica](#)

En marzo de 2025, la comunicación de la extensión de la inversión sumó **80 publicaciones más en los medios de los tres países**, entre las que se destaca una entrevista en exclusiva de Barbieri en [Bloomberg](#):

- **La Nación** - [Neobanco: Ualá extendió su ronda de inversión y recaudó un total de US\\$366 millones](#)
- **Clarín** - [Ualá cierra la ronda de inversión más grande para la región desde 2022 y planea continuar con su expansión](#)
- **Reforma** - [Invierte TelevisaUnivision en fintech Ualá](#)
- **El Universal** - [Historias de NegoCEO's \(Posdata 3\)](#)
- **Bloomberg Línea** - [Ualá recauda US\\$66 millones para seguir creciendo en Latam, especialmente en México; Wall Street retrocede](#)
- **La República** - [Ualá cerró extensión de inversión Serie E por US\\$66 millones y logra US\\$366 millones](#)
- **El Espectador** - [La startup Ualá recauda US\\$66 millones en extensión de ronda Serie E](#)
- **Forbes Colombia** - [Ualá recauda US\\$66 millones adicionales con TelevisaUnivision ampliando su Serie E a US\\$366 millones](#)

En total, en medios se lograron **más de 250 publicaciones**.

A esto hay que sumar lo conseguido en las propias redes de Ualá:

- [Post](#) anuncio ronda: +56K impresiones LinkedIn / +21K impresiones X.
- [Post](#) imagen Nasdaq: +21K impresiones LinkedIn / +5K impresiones X.
- [Post](#) video anuncio: +88K impresiones LinkedIn / +64K impresiones X.

Lo que comenzó como un anuncio financiero se transformó en una oportunidad para contar una historia mucho más grande: la de una empresa latinoamericana que sigue desafiando los límites, apostando al talento regional y construyendo, con cada hito, un futuro financiero más accesible para millones de personas.

