

Índice de la Industria de las Comunicaciones de Marketing

(ICM)

DICIEMBRE 2022 – AGOSTO 2026

CONTENIDO

Once secciones, un panorama

01	Introducción al ICM	Qué mide el índice y para quién
02	Composición del ICM	Las seis variables de la canasta
03	KPIs del mes	ICM, IPC y SUP — variación mensual, acumulada e interanual
04	Comparativo de variaciones	Acumuladas 2025 a agosto 2026
05	Evolución histórica	Todas las variables, dic-22 a ago-26
06	ICM vs IPC vs SUP	Tres series, una lectura
07	Tabla de variaciones y estimado vs real (IPC)	Anuales, mensuales e interanuales
08	Contexto económico	Drivers del mes y panorama sectorial
09	Conclusiones IPC	Lectura del mes y proyección
10	Mercados	El sector en bolsa
11	Información de contacto	Moore Tejero

Introducción al ICM

Un indicador propio para una industria que no se parece al promedio de la economía.

01 Por qué fue creado

El ICM ofrece un marco de referencia específico para la industria. Los índices generales, como el IPC, no reflejan con precisión las variaciones de costos que afectan a las compañías del sector.

02 Para quién

Las empresas de marketing y comunicaciones enfrentan incrementos particulares en salarios, servicios, tecnología e impuestos, que suelen diferir del promedio de la economía.

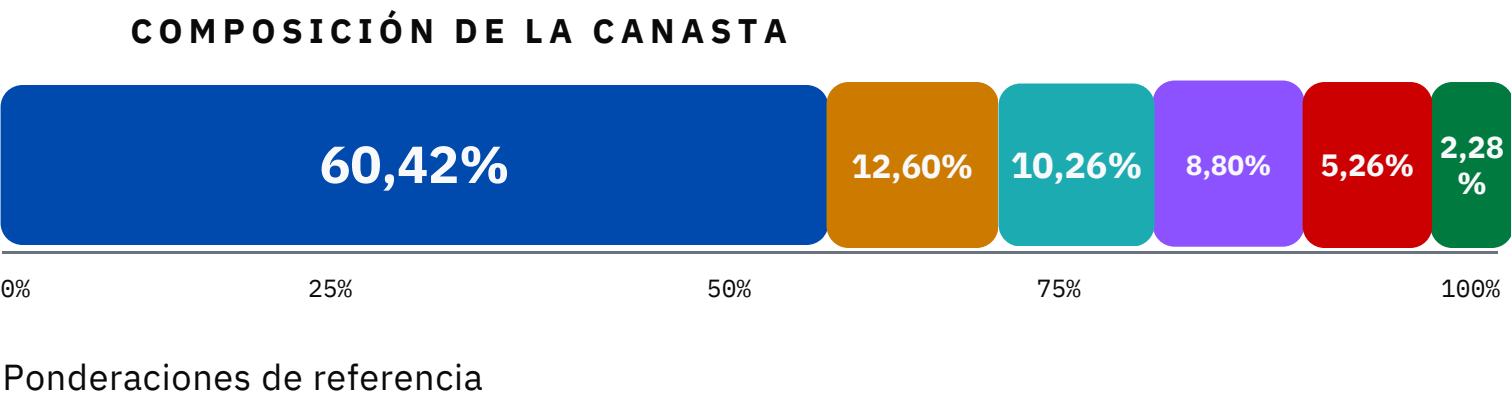
03 Qué mide

El ICM mide la evolución de las principales variables que conforman la estructura de costos del sector. Sirve para proyectar escenarios, tomar decisiones estratégicas y planificar con mayor realismo.

SECCIÓN 02 · COMPOSICIÓN

Seis variables que dan forma a la estructura de costos del sector.

Base **diciembre 2022**, con una mayor ponderación de los datos del **Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA)**, donde se concentra la mayor parte de las compañías del sector. Cada componente tiene un peso específico que refleja su importancia relativa.



 Costo Laboral Salarios y cargas sociales 60,42%	 Financiación Tasas y costo de capital 8,80%
 Tecnología Software, cloud y hardware 10,26%	 Beneficios al personal Medicina prepaga y otros 2,28%
 Impuestos Ingresos brutos e imp. déb. y cred. 5,26%	 Overhead Estructura y servicios indirectos 12,60%

SECCIÓN 03 · INDICADORES

Variación de agosto 2026 en tres miradas

ICM

Índice de Comunicaciones de Marketing

+1,21%

VARIACIÓN MENSUAL · AGO 2026

MENSUAL ANT.

PROY. SEP-26

ACUM. 2026

+4,17%

+3,70%

+16,13%

INTERANUAL AGO-26

+25,60%

IPC

Índice de Precios al Consumidor

+1,66%

VARIACIÓN MENSUAL · AGO 2026

MENSUAL ANT.

PROY. SEP-26

ACUM. 2026

+2,11%

+1,70%

+21,30%

INTERANUAL AGO-26

+33,54%

SUP

Salario Único de Publicidad

0,00%

VARIACIÓN MENSUAL · AGO 2026

MENSUAL ANT.

PROY. SEP-26

ACUM. 2026

+8,00%

+7,00%

+16,64%

INTERANUAL AGO-26

+27,37%

!

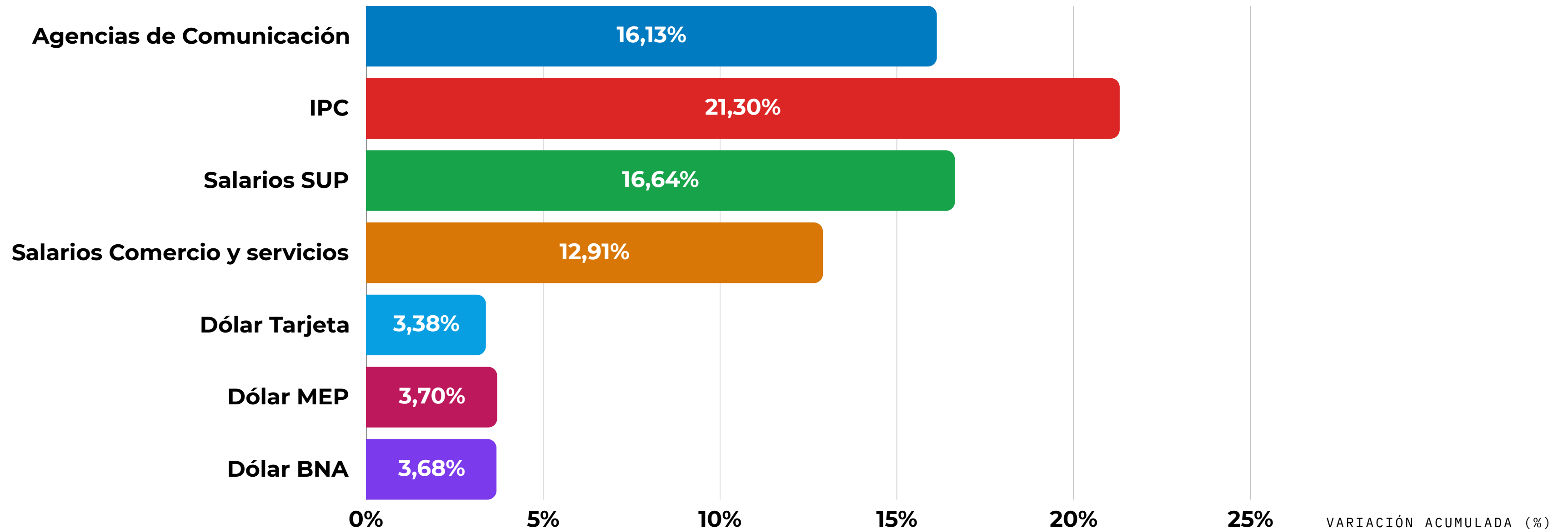
LECTURA DEL MES

En agosto el ICM creció 1,21%, por debajo del IPC (1,66%) y sin ajuste en el SUP. El resultado superó el estimado de +0,99% por mayores subas en servicios, comunicaciones y tasas.

SECCIÓN 04 · COMPARATIVO

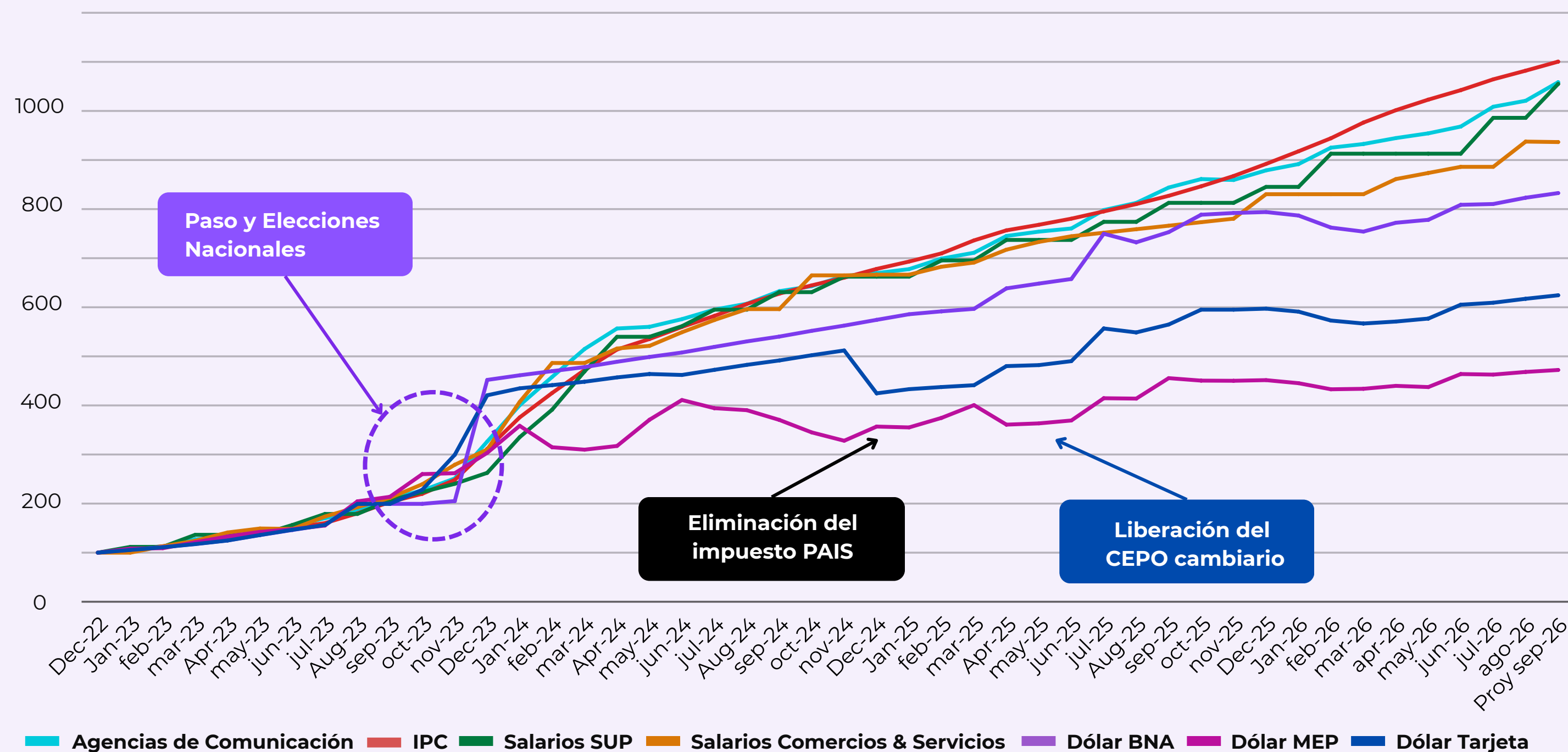
Variaciones acumuladas enero a agosto 2026

El IPC lidera el acumulado del año (+21,30%), seguido por el SUP (+16,64%) y el ICM (+16,13%). El dólar BNA se mantuvo estable, con +3,68% en el año. La industria sigue por encima del promedio de comercio y servicios (+12,91%).

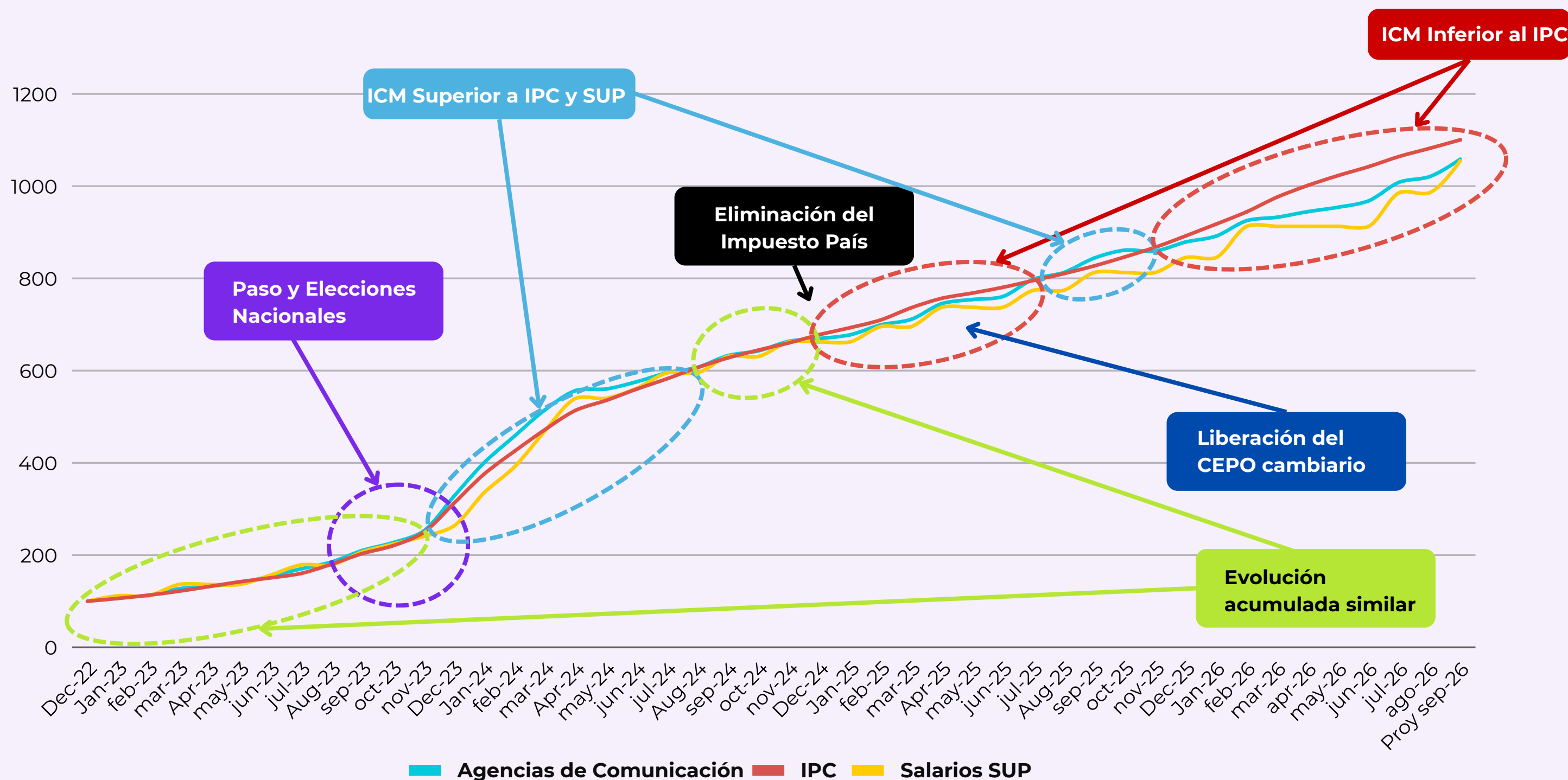


SECCIÓN 05 · EVOLUCIÓN

Dic 2022 → agosto 2026, con proyección a septiembre



ICM vs IPC vs SUP — la lectura del sector frente al promedio



SECCIÓN 07 · VARIACIONES INTERANUALES

Tabla maestra de variaciones

Las variaciones parciales muestran diferencias relevantes con los principales indicadores. La elección del método de ajuste de honorarios y del período, puede tener un impacto directo sobre los resultados.

VARIACIONES	ANUALES			ACUMULADO		MENSUAL			INTERANUAL		
	2023	2024	2025	2023–2025	2023–ago-26	jul-26	ago-26	Proy. sep-26	jul-26	ago-26	Proy. sep-26
ICM	226,43%	105,14%	31,25%	778,91%	920,70%	4,17%	1,21%	3,70%	26,38%	25,60%	25,42%
IPC	211,41%	117,76%	31,55%	792,08%	982,05%	2,11%	1,66%	1,70%	33,83%	33,54%	33,05%
SUP	162,65%	152,18%	27,62%	745,27%	885,92%	8,00%	0,00%	7,00%	27,37%	27,37%	29,80%

Fuente: Moore Tejero · datos AMBA



¿Qué pasó en la economía durante agosto 2026?

INFLACIÓN · IPC AGO-26 ↗ +1,66%

El IPC de agosto marcó +1,66%, por debajo del mes anterior (+2,11%) y el menor registro del año. El acumulado del año llega a +21,30%, mientras que la variación interanual baja al 33,54%. Para septiembre se proyecta una inflación del 1,70%, continuando la trayectoria desinflacionaria.

TIPO DE CAMBIO · AGO-26 🕒 +1,58%

El dólar BNA subió 1,58% en agosto, desde \$1.485 a \$1.508,50, luego de un julio prácticamente estable. En lo que va del año acumula una suba del 3,68% respecto a los \$1.455 del cierre de diciembre 2025. El MEP cerró en \$1.535,52, con un alza de 1,18% respecto a julio, y el dólar tarjeta subió 1,32%. El tipo de cambio aportó una presión moderada sobre los costos del mes.

SALARIOS DEL SECTOR SUP AGO-26 👤 0%

El Salario Único de Publicidad (SUP), regido por el CCT 57/89, no registró cambios en agosto y se mantiene en \$1.090.458,15 tras el ajuste del 8% de julio. Para septiembre se incorpora una actualización del 7%, que lleva el básico a \$1.166.790,19. El FAECYS (auxiliar administrativo A, CCT 130/75) pasó de \$1.294.298 a \$1.317.965 (+1,83%) por el acuerdo de julio 2026. Sin ajuste del SUP, el componente salarial tuvo un aporte acotado al índice de agosto.

COSTO FINANCIERO · AGO-26 🏦 ^ ~3,22%

El costo financiero ponderado del sector subió en agosto respecto al mes anterior. Las tasas activas para empresas NO Pyme se ubicaron en 29,94% anual (2,50% mensual) y para Pymes en 40,20% anual (3,35% mensual), frente al 28,63% y 39,46% de julio. El interés resarcitorio de ARCA se mantuvo en 2,75% mensual, sin cambios. La suba de tasas contribuyó a que el ICM real (1,21%) superara al estimado (0,99%).

En agosto el ICM creció 1,21%, por debajo del IPC (1,66%) y sin ajuste en el SUP. La proyección de septiembre sube a 3,70% por la actualización del 7% del SUP.

SECCIÓN 09 · CONCLUSIONES

ICM por debajo del IPC en agosto; septiembre proyecta 3,70% por el ajuste del SUP

01 El ICM subió 1,21% en agosto, por encima del estimado de 0,99%. La diferencia de 0,22 puntos porcentuales se explica por subas en servicios, comunicaciones y medicina prepaga mayores a las proyectadas, junto con un aumento en las tasas bancarias. El ICM quedó por debajo del IPC del mes (1,66%).	02 El acumulado del ICM en 2026 llega al 16,13%, mientras que el IPC acumula 21,30%. Los costos sectoriales crecen 5,17 puntos porcentuales por debajo de la inflación general, brecha que se amplió respecto a julio (4,57 pp).
03 El SUP no tuvo cambios en agosto y se mantiene en \$1.090.458,15; para septiembre se incorpora una actualización del 7%. El FAECYS subió 1,83%, a \$1.317.965, por el acuerdo de julio 2026 (CCT 130/75).	04 La variación interanual del ICM a agosto fue 25,60%, cayendo desde el 26,38% de julio. La variación interanual del IPC se ubicó en el 33,54%, levemente por debajo del mes anterior (33,83%).
05 El dólar BNA subió 1,58% en agosto, a \$1.508,50, y acumula +3,68% en el año. El MEP cerró en \$1.535,52 (+1,18% mensual).	06 Se proyecta un ICM de 3,70% para septiembre, por encima de la inflación esperada del 1,70%, impulsado por la actualización del 7% del SUP. Las tasas se proyectan estables y el dólar con una suba acotada.

RESUMEN EJECUTIVO

+1,21%

ICM · ago 2026

Proyectado sep-26	+3,70%
Acumulado 2026	+16,13%
Interanual ago-26	+25,60%

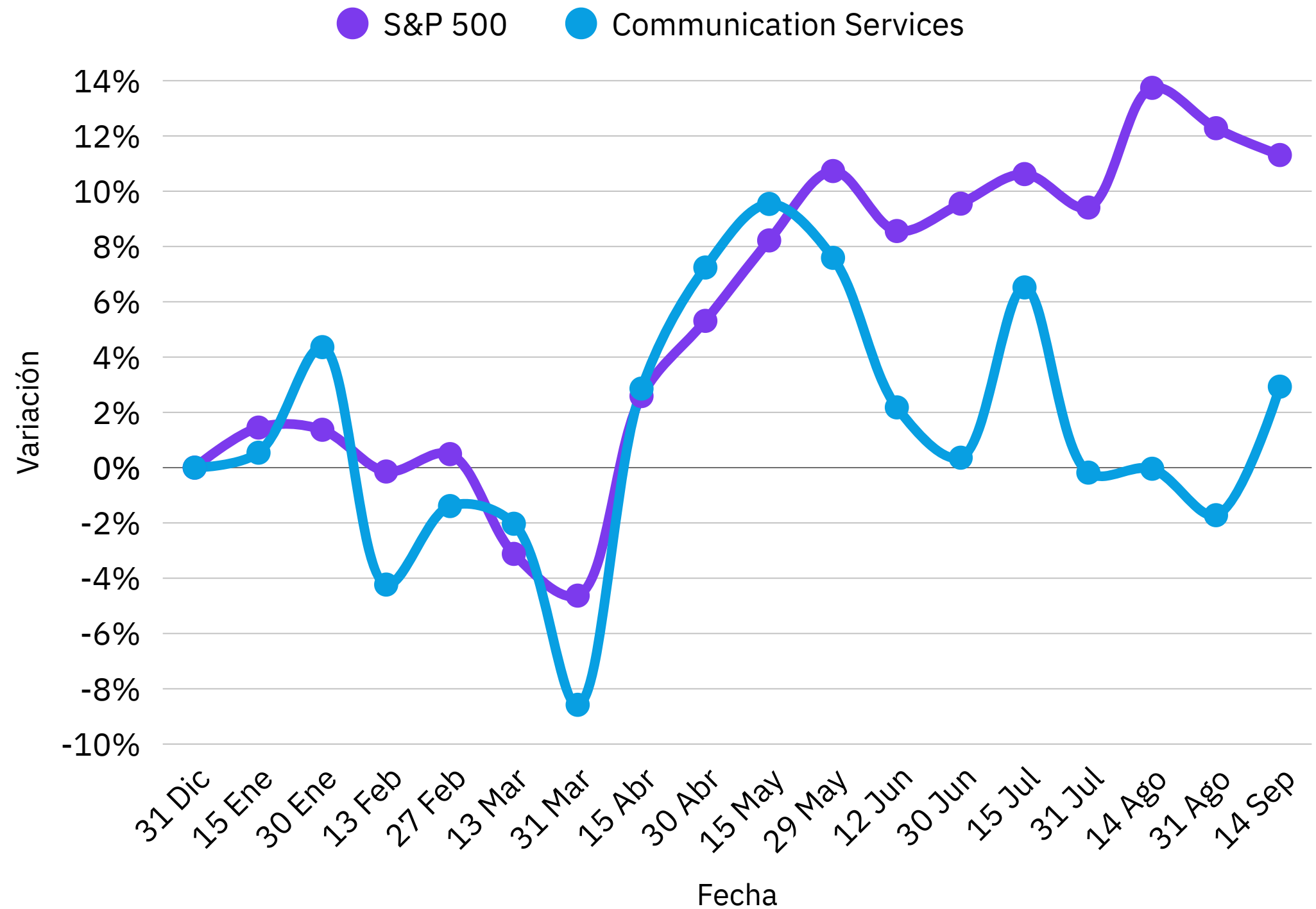
El ICM de agosto superó el estimado de +0,99%: servicios, comunicaciones y prepagas subieron más de lo proyectado y las tasas bancarias aumentaron.

El sector frente al mercado

El sector de servicios de comunicación acumula +2,93% YTD al 14 de septiembre, frente al +11,31% del S&P 500. Tras tocar un máximo de +9,5% a mediados de mayo, el sector volvió a caer en junio y cerró julio en -0,18%. En agosto retrocedió 1,54% y terminó el mes en -1,72%, mientras el S&P subió 2,62% hasta +12,28%. En lo que va de septiembre el sector rebota +4,7% y el S&P cede 0,9%, con lo que el gap se acota a unos 8 puntos porcentuales.

Base dic-2025 = 0% · Communication Services

Fuente: Yahoo Finance · sep 2026



SECCIÓN 10 · MERCADOS

HOLDINGS PUBLICITARIOS · MÉTRICAS FUNDAMENTALES · AGOSTO 2026

Var. ago: cierre jul-26 vs ago-26 · Mkt Cap en USD · Ratios FY2025 · Fuente: Yahoo Finance · N/D: sin datos disponibles

Empresa	Mkt Cap	Var. ago	Var. anual	EBITDA Mg%	ROE%	EV/EBITDA	EV/Sales
Holdings globales							
Publicis Groupe PUB.PA	\$24,17B	▲ 8,99%	▲ 13,22%	16,6%	16,2%	8,62x	1,55x
Omnicom OMC	\$21,68B	▲ 11,21%	▲ 0,4%	16,5%	6,1%	17,14x	1,33x
WPP WPP.L	\$3,96B	▲ 28,1%	▲ 14,43%	4,4%	-6,6%	9,61x	0,66x
Dentsu 4324.T	\$6,18B	▲ 4,49%	▲ 9,75%	15,8%	-34,9%	9,35x	0,69x
Havas HAVAS.AS	\$1,73B	▼ 1,35%	▲ 7,06%	13,6%	12,2%	4,8x	0,71x
Independientes							
Stagwell STGW	\$2,10B	▲ 2,72%	▲ 79,96%	10,6%	2,4%	9,6x	1,22x
S4 Capital SFOR.L	\$318,95M	▲ 31,47%	▲ 132,84%	13,2%	-0,6%	4,58x	0,55x
M&C Saatchi SAA.L	\$168,85M	▲ 7,91%	▲ 9,92%	8,1%	-5,4%	11,04x	0,56x
Next 15 Group NFG.L	\$327,45M	▲ 8,18%	▲ 2,96%	4,9%	-9,5%	20,25x	0,61x
Asia							
Hakuhodo DY 2433.T	\$3,08B	▲ 4,99%	▲ 13,42%	8,0%	4,5%	6,79x	0,5x
Intage 4326.T	\$463M	▲ 12,58%	▲ 11,82%	11,2%	11,3%	13,38x	0,95x
Cheil Worldwide 030000.KS	\$1,42B	▲ 1,37%	▼ 10,19%	9,0%	14,6%	3,24x	0,31x
Innocean 214320.KS	\$554M	▲ 0,79%	▲ 0,05%	11,3%	13,2%	0,91x	0,1x
BlueFocus 300058.SZ	\$7,04B	▼ 1,74%	▲ 12,5%	0,5%	4,3%	N/D	0,63x
Focus Media 002027.SZ	\$10,24B	▼ 11,57%	▼ 35,79%	46,9%	21,8%	8,73x	4,78x

¿Qué le pasó al sector publicitario en bolsa?

El crash de enero–febrero

Los holdings publicitarios acumularon una caída de -28% entre noviembre y mediados de febrero —el peor rendimiento relativo frente al S&P 500 desde 2022. El detonante: resultados de Q4 2025 por debajo de expectativas, revisión a la baja de guidance 2026 ante la desaceleración del gasto digital, y presión de sell-side sobre el modelo de agencia tradicional ante la irrupción de la IA generativa en producción de contenido.

Agosto, sin pausa

El sector extendió la suba en agosto: los holdings avanzaron $+7,2\%$ promedio en el mes, con 12 de 15 en terreno positivo. Lideraron S4 Capital ($+31,5\%$), WPP ($+28,1\%$), Intage ($+12,6\%$) y Omnicom ($+11,2\%$). La suba se concentró en occidente (globales $+10,3\%$, independientes $+12,6\%$ promedio), mientras Asia quedó casi plana ($+1,1\%$) por Focus Media ($-11,6\%$) y BlueFocus ($-1,7\%$). En el año, la dispersión sigue alta: S4 Capital acumula $+132,8\%$ y Stagwell $+80,0\%$, mientras Focus Media cae $35,8\%$.

Rangos de evaluación

La mediana del sector se ubica en $9,0\times$ EV/EBITDA (rango intercuartílico $5,3\times-10,7\times$), levemente por debajo del $9,3\times$ de julio. Next 15 ($20,3\times$) y Omnicom ($17,1\times$) siguen por encima del rango, mientras Cheil ($3,24\times$) e Innocean ($0,91\times$) se ubican por debajo del primer cuartil. En EV/Sales, la mediana baja a $0,66\times$ ($0,74\times$ en julio).

PERSPECTIVA 2026 Los holdings publicitarios subieron $+7,2\%$ promedio en agosto, pero el sector de servicios de comunicación retrocedió $1,5\%$ en el mes y, al 14 de septiembre, acumula $+2,93\%$ en el año frente al $+11,31\%$ del S&P 500. La suba fue despareja, con los holdings occidentales al frente y Asia prácticamente plana. La IA sigue siendo una palanca de márgenes para los holdings más diversificados (Publicis, Stagwell), mientras presiona las estructuras tradicionales. El riesgo central es un deterioro del gasto publicitario ante el contexto macro global.

Contacto

DIRECCIÓN

Maure 4109, 1er piso
Distrito Audiovisual
Buenos Aires, Argentina

TELÉFONO

+54 11 7515-9140

WEB

www.mbe.com.ar

PARTNERS

www.interact.org.ar

www.agenciasargentinas.com.ar

