

Índice de la Industria de las Comunicaciones de Marketing

(ICM)

DICIEMBRE 2022 – ABRIL 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 abril 2026
05	Evolución histórica	Todas las variables, dic-22 a abr-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

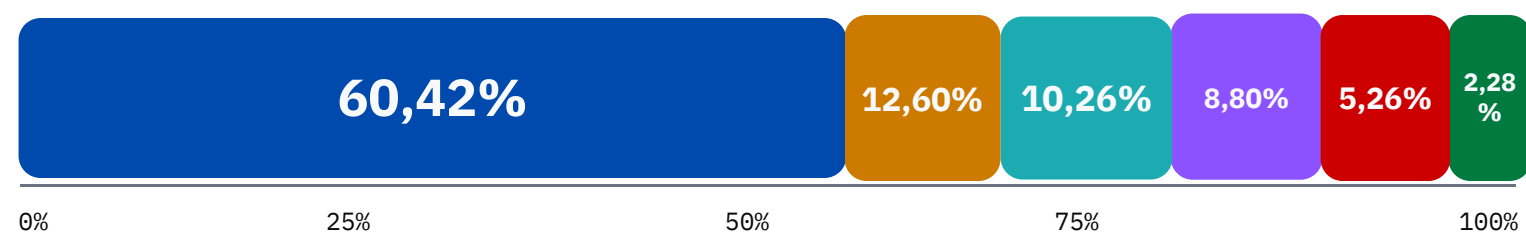
El ICM mide la evolución de las principales variables que conforman la estructura de costos del sector. Sirve para proyectar escenarios, tomar decisiones estratégicas y planificar con mayor realismo.

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.

COMPOSICIÓN DE LA CANASTA



Ponderaciones de referencia

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

SECCIÓN 03 · INDICADORES

Variación de abril 2026 en tres miradas

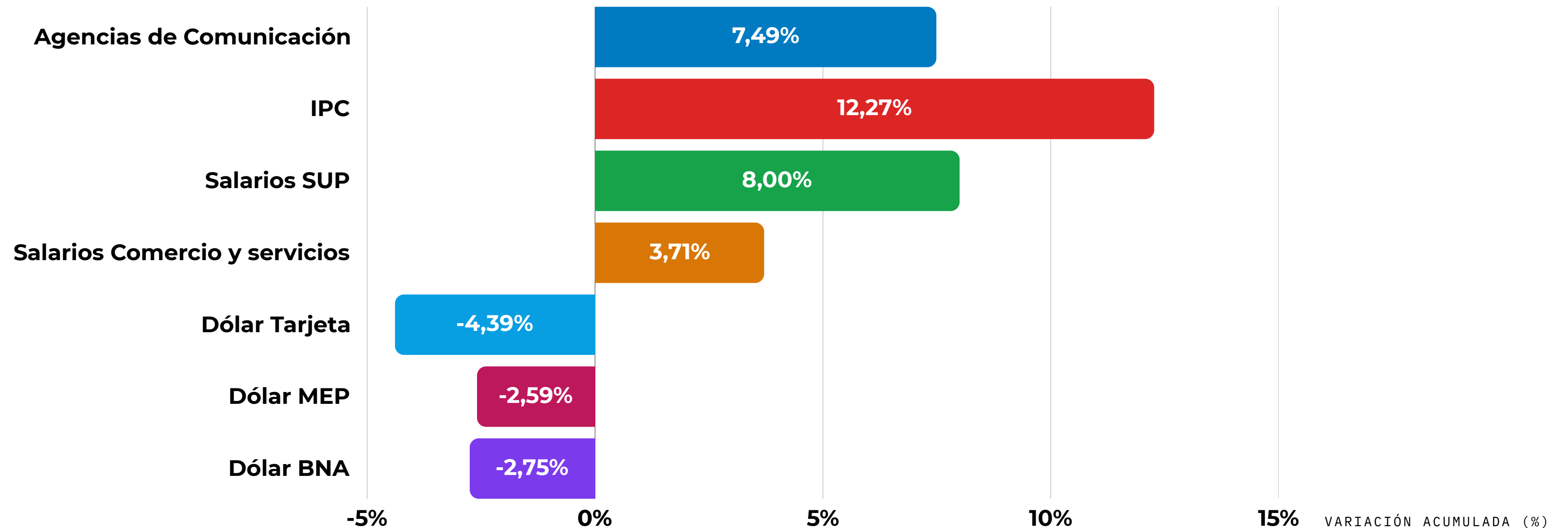
ICM Índice de Comunicaciones de Marketing	IPC Índice de Precios al Consumidor	SUP Salario Único de Publicidad																		
<p>+1,30%</p> <p>VARIACIÓN MENSUAL · ABR 2026</p>	<p>+2,58%</p> <p>VARIACIÓN MENSUAL · ABR 2026</p>	<p>+0,00%</p> <p>VARIACIÓN MENSUAL · ABR 2026</p>																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th>MENSUAL ANT.</th> <th>PROY. MAY-26</th> <th>ACUM. 2026</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>+0,81%</td> <td>+1,39%</td> <td>+7,49%</td> </tr> </tbody> </table>	MENSUAL ANT.	PROY. MAY-26	ACUM. 2026	+0,81%	+1,39%	+7,49%	<table border="1"> <thead> <tr> <th>MENSUAL ANT.</th> <th>PROY. MAY-26</th> <th>ACUM. 2026</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>+3,38%</td> <td>+2,65%</td> <td>+12,27%</td> </tr> </tbody> </table>	MENSUAL ANT.	PROY. MAY-26	ACUM. 2026	+3,38%	+2,65%	+12,27%	<table border="1"> <thead> <tr> <th>MENSUAL ANT.</th> <th>PROY. MAY-26</th> <th>ACUM. 2026</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0,00%</td> <td>0,00%</td> <td>+8,00%</td> </tr> </tbody> </table>	MENSUAL ANT.	PROY. MAY-26	ACUM. 2026	0,00%	0,00%	+8,00%
MENSUAL ANT.	PROY. MAY-26	ACUM. 2026																		
+0,81%	+1,39%	+7,49%																		
MENSUAL ANT.	PROY. MAY-26	ACUM. 2026																		
+3,38%	+2,65%	+12,27%																		
MENSUAL ANT.	PROY. MAY-26	ACUM. 2026																		
0,00%	0,00%	+8,00%																		
<p>INTERANUAL ABR-26</p> <p>+26,77%</p>	<p>INTERANUAL ABR-26</p> <p>+32,35%</p>	<p>INTERANUAL ABR-26</p> <p>+23,83%</p>																		

LECTURA DEL MES

En abril el ICM creció 1,30%, por debajo del IPC (2,58%). La ausencia de variación en el SUP fue el principal moderador. El resultado fue prácticamente en línea con el estimado de +1,47%.

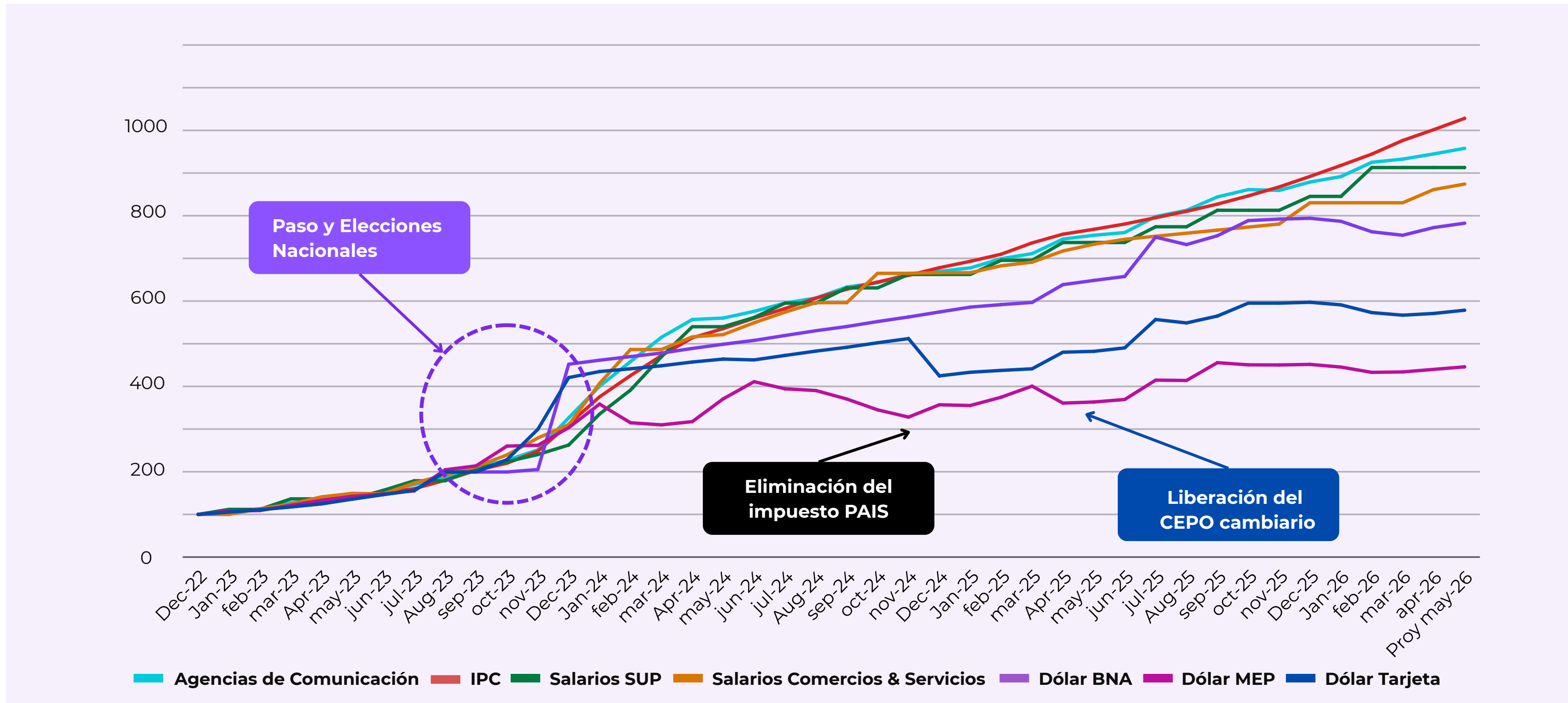
Variaciones acumuladas enero a abril 2026

Las variables salariales y de precios crecen mientras el dólar se contrae, aunque para abril se registró un aumento en el valor del dólar. La industria se mueve por encima del promedio de comercio y servicios.

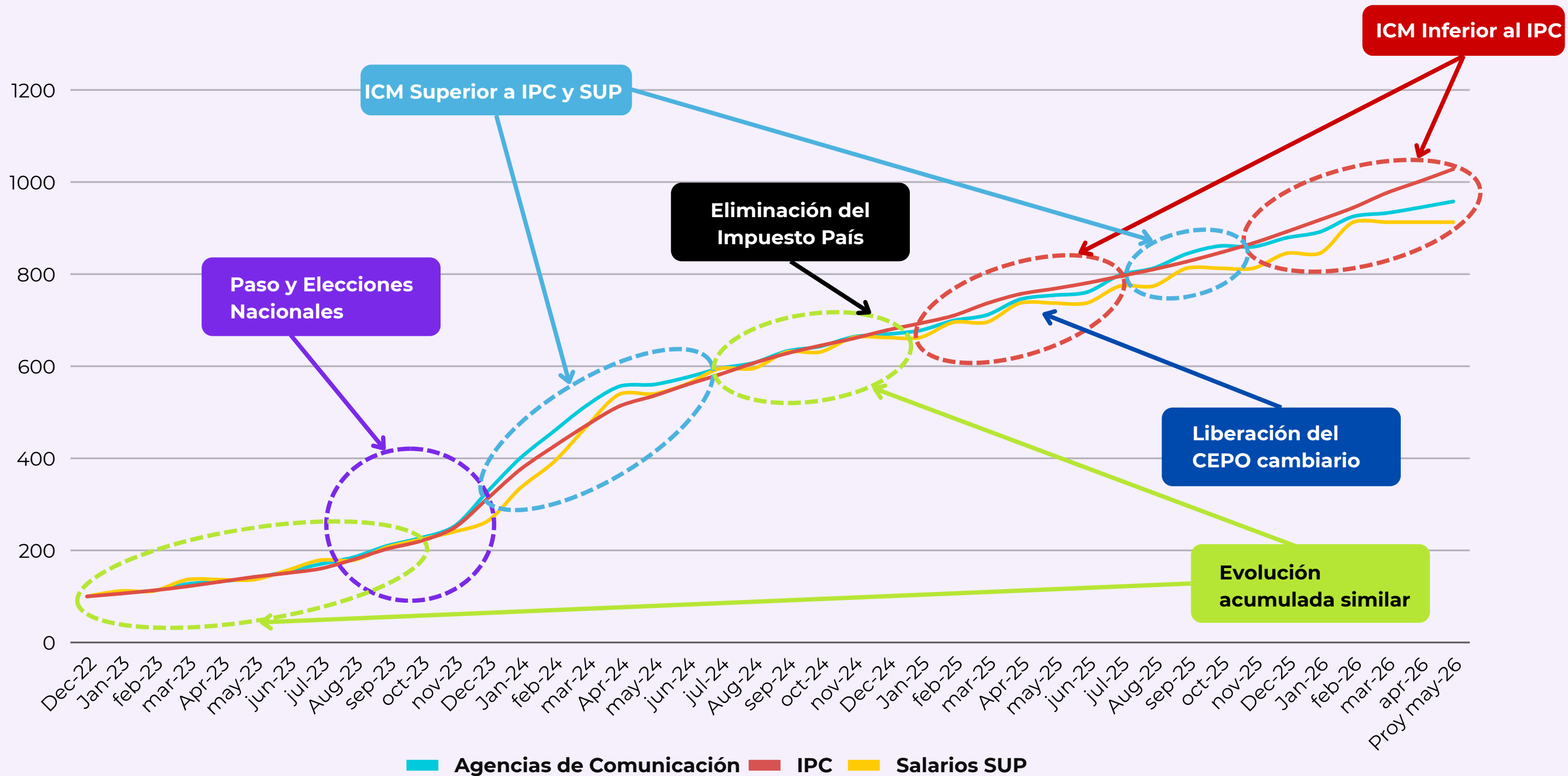


SECCIÓN 05 · EVOLUCIÓN

Diciembre 2022 → abril 2026, con proyección a mayo



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-abr-26	mar-26	abr-26	Proy. may-26	mar-26	abr-26	Proy. may-26
ICM	226,43%	105,14%	31,25%	778,91%	844,71%	0,81%	1,30%	1,39%	31,15%	26,77%	27,02%
IPC	211,41%	117,76%	31,55%	792,08%	901,52%	3,38%	2,58%	2,65%	32,61%	32,35%	33,85%
SUP	162,65%	152,18%	27,62%	745,27%	812,89%	0,00%	0,00%	0,00%	31,26%	23,83%	23,83%

ESTIMADO

+1,47%

Proyección publicada para abr 2026



REAL

+1,30%

Variación efectiva



DIFERENCIA

-0,17 pp

Equivalente a -11,56% sobre lo estimado

¿Qué pasó en la economía durante abril 2026?

INFLACIÓN · IPC ABR-26 **+2,58%**

El IPC de abril marcó +2,58%, continuando la desaceleración desde el +3,38% de marzo. Los servicios de salud y comunicaciones lideraron la suba, mientras los bienes transables mostraron mayor moderación. La variación interanual se ubica en 32,35%, consolidando el sendero descendente que apunta hacia el 20–25% hacia fin de 2026.

TIPO DE CAMBIO ACUMULADO 2026 **-2,75%**

El dólar BNA cerró abril en \$1.415, un 2,75% por debajo de los \$1.455 con que inició el año: el peso se fortaleció en términos nominales respecto al arranque de 2026. Dentro del mes, sin embargo, el dólar subió \$51 —de \$1.364 en marzo a \$1.415 en abril, un +2,39%—, la primera suba mensual del año. La baja acumulada moderó el costo de tecnología y software importado en el primer trimestre; el repunte de abril, si se sostiene, podría revertir ese alivio en los meses siguientes

SALARIOS DEL SECTOR SUP ABR-26 **+0,00%**

En abril no hubo variación en el SUP: el convenio CCT 57/89 mantiene el salario básico en \$1.009.683,47 hasta junio 2026. Este trimestre sin aumento del SUP es el principal factor moderador del ICM. El próximo ajuste, estimado en +8% para julio, definirá el comportamiento del índice en el segundo semestre.

COSTO FINANCIERO TENDENCIA **Bajista**

La baja en tasas continúa: la tasa para empresas NO Pyme descendió del 34,96% al 31,02% anual, y para Pymes del 47,41% al 43,43%. La tasa ARCA permanece en 2,75% mensual. Este componente sigue moderando el ICM y constituye uno de los principales amortiguadores del índice.

En abril el ICM creció por debajo del IPC. La proyección de mayo anticipa una ligera recuperación del índice, a medida que el dólar mantiene cierta estabilidad.

SECCIÓN 09 · CONCLUSIONES

ICM crece por debajo del IPC en abril; mayo proyecta recuperación

01 La **variación del ICM** en abril fue del +1,30%, inferior al IPC (+2,58%). La ausencia de incremento en el SUP fue el principal moderador, mientras que la leve depreciación del peso (+2,39%) impulsó el índice.

02 La **proyección para mayo** muestra un incremento del ICM del +1,39%, por debajo de la inflación esperada del +2,65% para ese mes.

03 Los **acumulados de 2026** muestran divergencia: IPC +12,27% vs ICM +7,49%. El SUP acumula +8,00%, por encima del ICM pero por debajo del IPC.

04 Las **variaciones interanuales a abril**: ICM +26,77%, IPC +32,35%, SUP +23,83%. La brecha entre IPC e ICM se mantiene, moderada por la menor variación del SUP en los últimos 12 meses.

05 La **proyección interanual** a mayo del ICM es +27,02%, levemente superior a la de abril

06 El dólar BNA acumula una baja del 2,75% en 2026; en abril subió un 2,39% mensual —primera suba del año—, sin impacto significativo en el ICM.

RESUMEN EJECUTIVO

+1,30%

ICM · abr 2026

Proyectado may-26	+1,39%
Acumulado 2026	+7,49%
Interanual abr-26	+26,77%

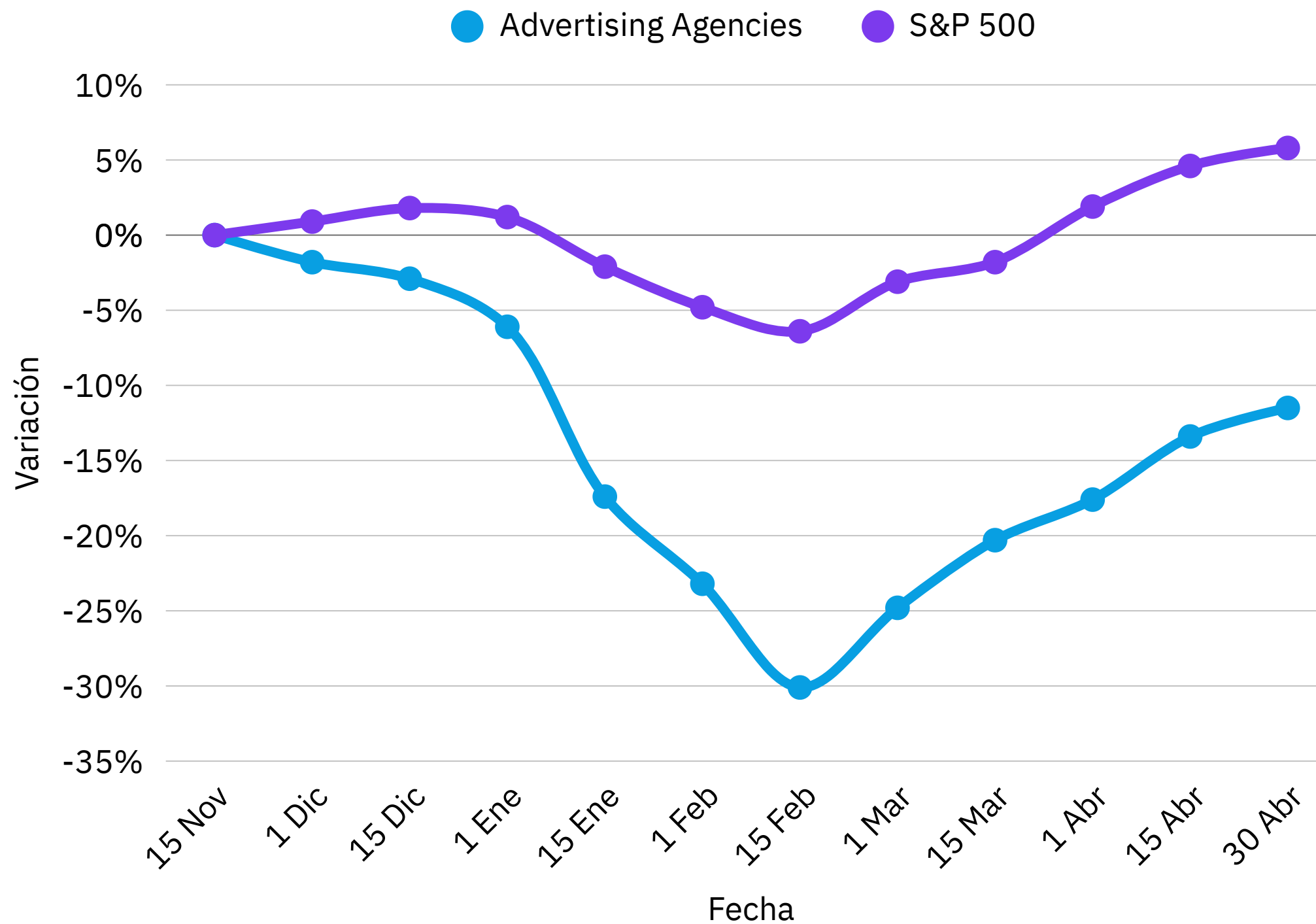
El ICM de abril resultó prácticamente en línea con el estimado de +1,32%: el SUP sin variación fue el principal moderador, compensado por la leve depreciación del peso.

El sector frente al mercado

Holdings publicitarios acumulan -11,5% desde noviembre 2025 mientras el S&P 500 avanza +5,8%. El sell-off de enero-febrero fue el más profundo del sector desde 2022. Abril marcó rebote técnico: WPP +14%, Publicis +12%.

Base nov-2025 = 0% · Proxy 7 principales holdings

Fuente: Yahoo Finance · abr 2026



SECCIÓN 10 · MERCADOS

HOLDINGS PUBLICITARIOS · MÉTRICAS FUNDAMENTALES · ABRIL 2026

Var. abr: cierre mar-26 vs abr-26 · Mkt Cap en USD · Ratios FY2024 ·

Fuente: Yahoo Finance · N/D: sin datos disponibles

Empresa	Mkt Cap	Var. abr	Var. anual	EBITDA Mg%	ROE%	TEV/EBITDA	EV/Sales
Holdings globales							
Publicis Groupe PUB.PA	\$22,2B	▲ 12,1%	▼ 19,9%	32%	19%	8,5x	1,7x
Omnicom OMC	\$22,0B	▲ 2,9%	▼ 7,16%	16%	52%	8,1x	0,9x
WPP WPP.L	\$4,0B	▲ 14,4%	▼ 53,0%	14%	6%	5,2x	0,5x
Dentsu 4324.T	\$3,1B	▲ 10,6%	▼ 5,36%	20%	9%	5,6x	0,7x
Havas HAVAS.AS	\$1,8B	▲ 8,1%	▲ 9,0%	14%	11%	6,4x	0,6x
Independientes							
Stagwell STGW	\$1,6B	▼ 0,3%	▲ 14,8%	14%	3%	7,2x	0,7x
S4 Capital SFOR.L	\$0,4B	▲ 56,1%	▲ 40,9%	7%	-5%	11,8x	0,6x
M&C Saatchi SAA.L	\$0,3B	▲ 15,4%	▼ 12,4%	8%	5%	6,8x	0,3x
Next 15 Group NFG.L	\$0,4B	▲ 5,5%	▼ 4,1%	12%	9%	7,4x	0,9x
Asia							
Hakuhodo DY 2433.T	\$1,7B	▲ 3,8%	▼ 2,8%	5%	6%	4,3x	0,2x
Intage 4326.T	\$0,3B	▼ 1,2%	▼ 2,3%	4%	5%	3,6x	0,2x
Cheil Worldwide 030000.KS	\$1,0B	▲ 5,7%	▲ 5,9%	7%	12%	6,2x	0,4x
Innocean 214320.KS	\$0,4B	▲ 15,7%	▲ 15,8%	9%	11%	5,5x	0,5x
BlueFocus 300058.SZ	\$1,3B	▲ 15,7%	▲ 106,79%	8%	10%	4,7x	0,4x
Focus Media 002027.SZ	\$1,7B	▼ 4,0%	▼ 20,9%	62%	23%	7,4x	4,1x

¿Qué le pasó al sector publicitario en bolsa?

El crash de enero–febrero

Los holdings publicitarios acumularon una caída de -30% 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 en WPP y Havas, 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.

El rebote de abril

Abril marcó la primera recuperación real: el sector avanzó +8,7%, superando al S&P 500 (+5,8%). El catalizador fue Publicis, que reportó Q1 con crecimiento orgánico de +5,3% y mantuvo su guidance anual, señalizando que el spend publicitario modera pero no colapsa. WPP (+14%) y Dentsu (+11%) siguieron la tendencia. Aun así, el sector acumula -11,5% desde noviembre y -22,3% en 2026.

Rangos de evaluación

La mediana del sector se ubica en 6,4× TEV/EBITDA (desvío ±2,0×), definiendo un rango de valuación razonable entre 4,4× y 8,4×. Los holdings asiáticos cotizan con una mediana de 5,1× TEV/EBITDA, por debajo de la global (6,4×), aunque con dispersión interna importante. En EV/Sales, la mediana es 0,6× (desvío ±1,0×).

PERSPECTIVA 2026 El consenso espera una segunda mitad más constructiva: los presupuestos de grandes anunciantes siguen creciendo en términos reales y la IA empieza a operar como palanca de márgenes —más que destruir fee pools, amplía el alcance de la industria. El riesgo principal es un deterioro macro global que comprima el spend; el catalizador, la confirmación en los resultados de Q2 de que la recuperación iniciada en abril tiene sustento fundamental.

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

