

Índice de la Industria de las Comunicaciones de Marketing

(ICM)

DICIEMBRE 2022 – JULIO 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 julio 2026
05	Evolución histórica	Todas las variables, dic-22 a jul-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

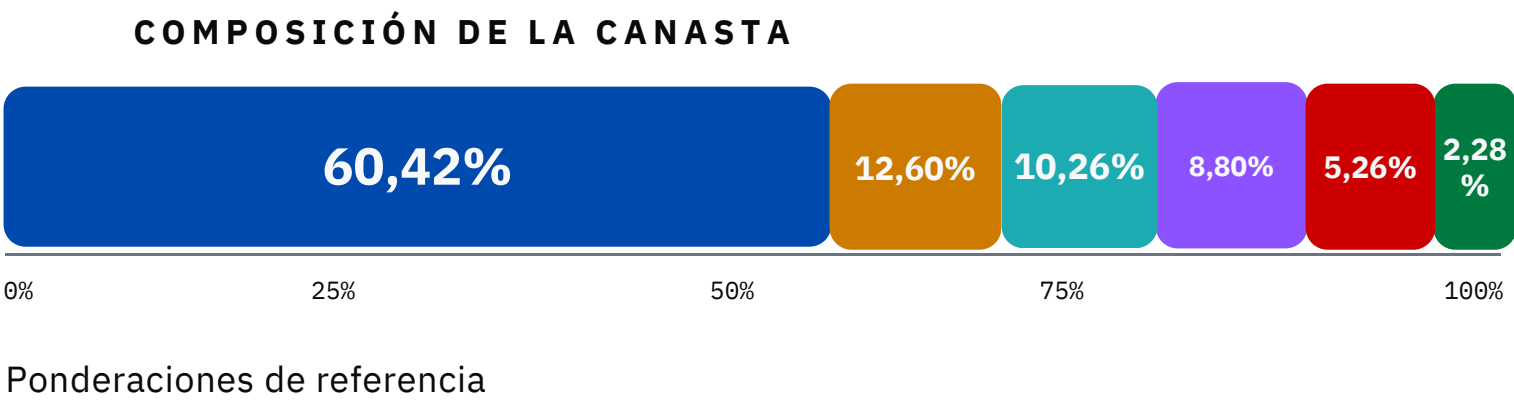
Las empresas de marketing y comunicaciones enfrentan incrementos particulares en salarios, servicios, tecnología e impuestos, que suelen diferir del promedio de la economía.

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.

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 julio 2026 en tres miradas

ICM

Índice de Comunicaciones de Marketing

+4,17%

VARIACIÓN MENSUAL · JUL 2026

MENSUAL ANT.

+1,45%

PROY. AGO-26

+0,99%

ACUM. 2026

+14,75%

INTERANUAL JUL-26

+26,38%

IPC

Índice de Precios al Consumidor

+2,11%

VARIACIÓN MENSUAL · JUL 2026

MENSUAL ANT.

+1,89%

PROY. AGO-26

+1,75%

ACUM. 2026

+19,32%

INTERANUAL JUL-26

+33,83%

SUP

Salario Único de Publicidad

+8,00%

VARIACIÓN MENSUAL · JUL 2026

MENSUAL ANT.

0,00%

PROY. AGO-26

0,00%

ACUM. 2026

+16,64%

INTERANUAL JUL-26

+27,37%

!

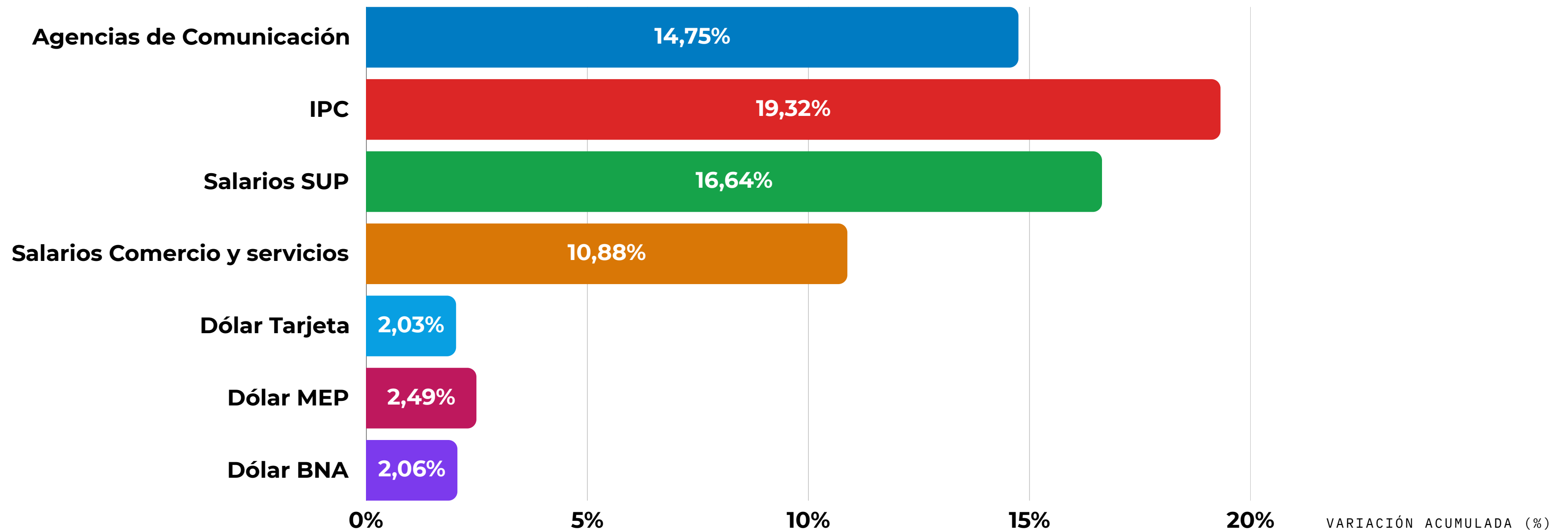
LECTURA DEL MES

En julio el ICM creció 4,17%, muy por encima del IPC (2,11%), impulsado por el ajuste del 8% en el SUP. El resultado estuvo levemente por encima del estimado de +4,06%.

SECCIÓN 04 · COMPARATIVO

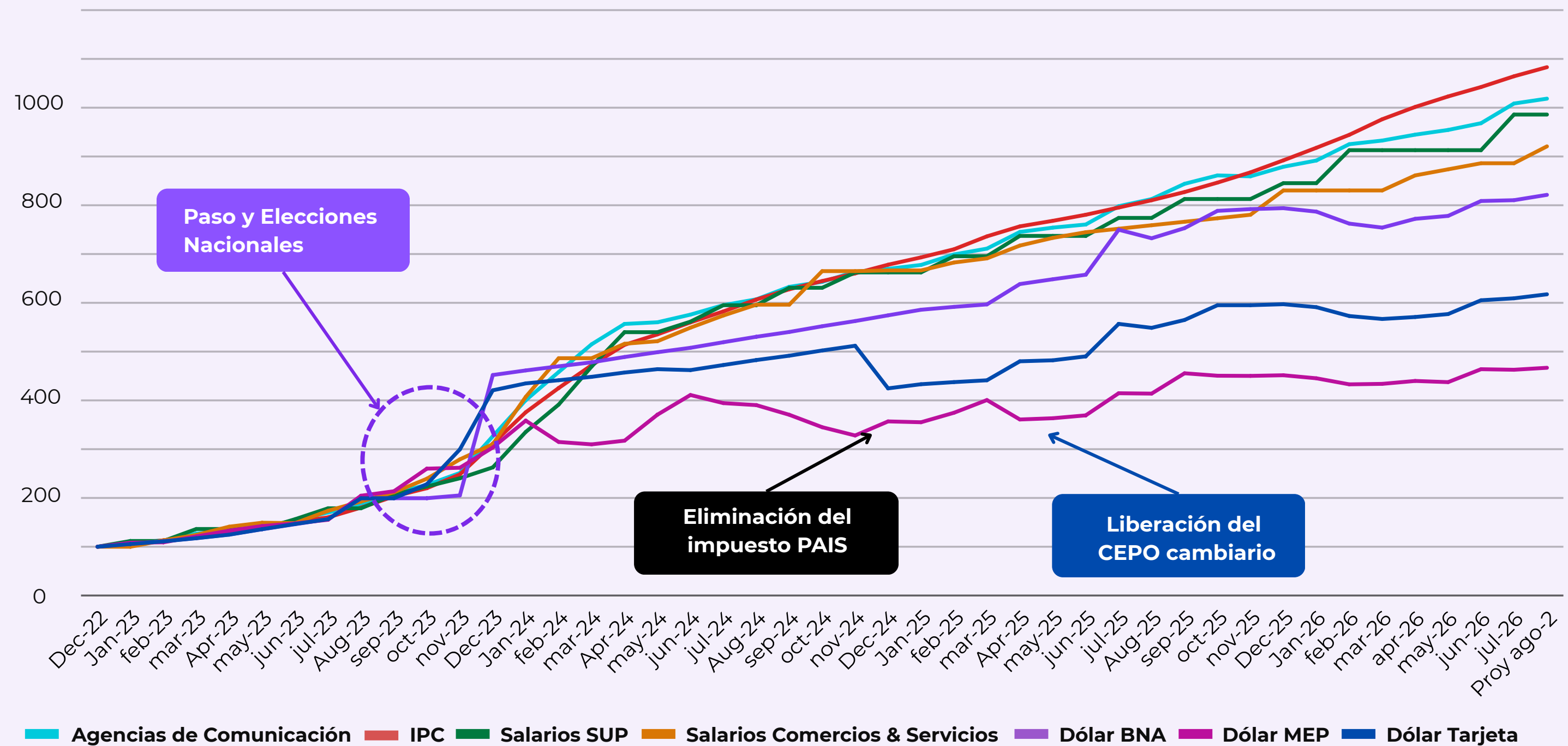
Variaciones acumuladas enero a julio 2026

Las variables salariales lideran el acumulado del año, impulsadas por el aumento del 8% del SUP en julio. El dólar BNA se mantuvo muy estable, acumulando solo un 2,06% en el año. La industria se ubica por encima del promedio de comercio y servicios.



SECCIÓN 05 · EVOLUCIÓN

Diciembre 2022 → julio 2026, con proyección a agosto



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

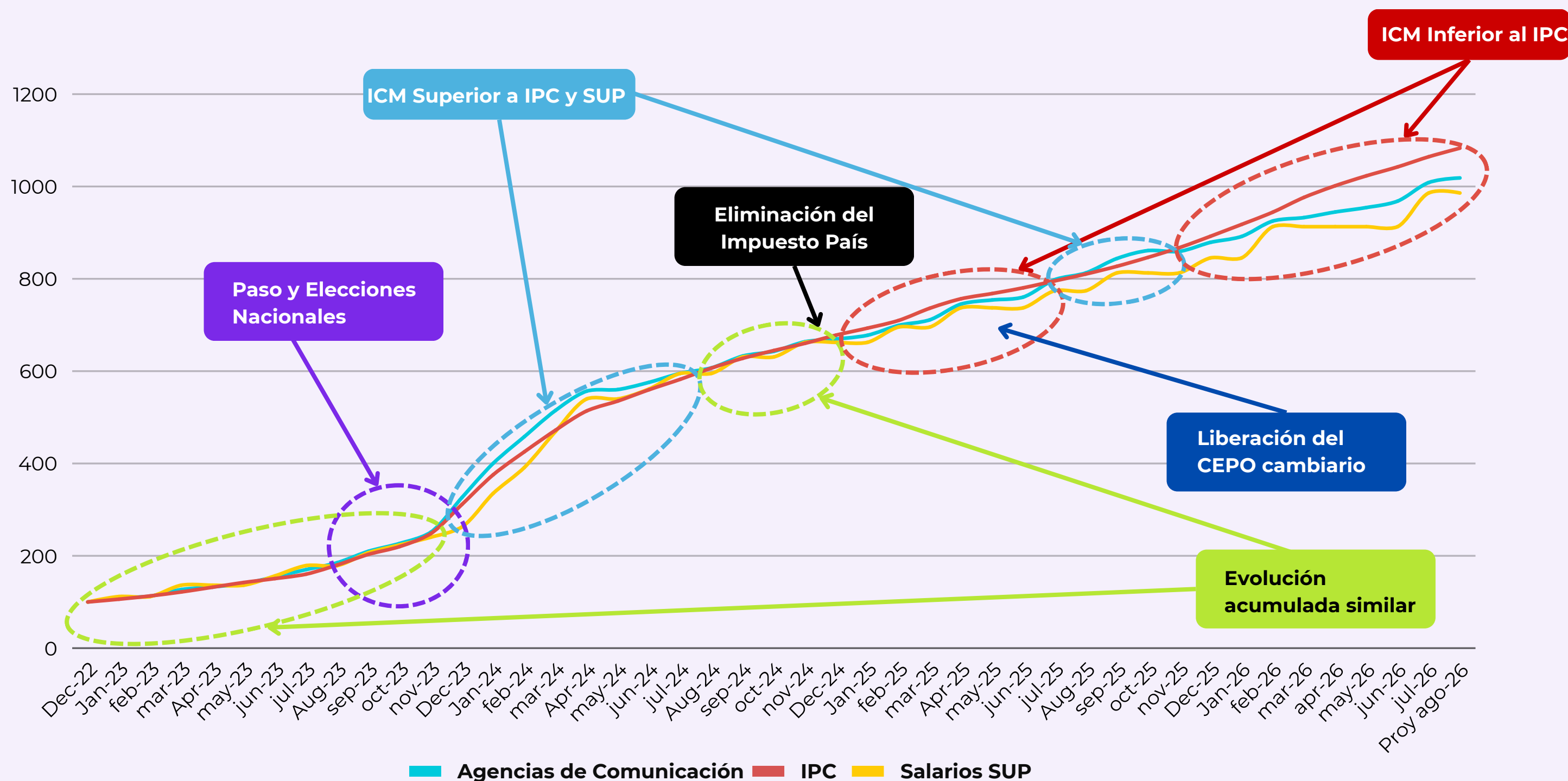


Tabla maestra de variaciones

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–jul-26	jun-26	jul-26	Proy. ago-26	jun-26	jul-26	Proy. ago-26
ICM	226,43%	105,14%	31,25%	778,91%	908,54%	1,45%	4,17%	0,99%	27,31%	26,38%	25,33%
IPC	211,41%	117,76%	31,55%	792,08%	964,39%	1,89%	2,11%	1,75%	33,55%	33,83%	33,66%
SUP	162,65%	152,18%	27,62%	745,27%	885,92%	0,00%	8,00%	0,00%	23,83%	27,37%	27,37%

Fuente: Moore Tejero · datos AMBA



¿Qué pasó en la economía durante julio 2026?

INFLACIÓN · IPC JUL-26 ↗ **+2,11%**

El IPC de julio marcó +2,11%, levemente por encima del mes anterior (+1,89%), pero en línea con la proyección del REM. El acumulado del año llega a +19,32%, mientras que la variación interanual sube al 33,83%. La proyección para agosto, según el REM (BCRA), anticipa una inflación del 1,75%, continuando la trayectoria desinflacionaria.

TIPO DE CAMBIO · JUL-26 ⌚ **+0,20%**

El dólar BNA registró un movimiento muy acotado en julio, subiendo apenas 0,20%, desde \$1.482 a \$1.485. En lo que va del año acumula una suba del 2,06% respecto a los \$1.455 del cierre de diciembre 2025. El MEP cerró en \$1.517,67, cayendo un 0,24% respecto a junio. A diferencia del mes anterior, el tipo de cambio no fue un factor de presión sobre el ICM en julio.

SALARIOS DEL SECTOR SUP JUL-26 👤 **+8%**

El Salario Único de Publicidad (SUP), regido por el CCT 57/89, aumentó un 8% en julio, el segundo ajuste del año, elevando el salario básico de \$1.009.683,47 a \$1.090.458,15. El FAECYS (auxiliar administrativo A, CCT 130/75) pasó a \$1.294.298 según el nuevo acuerdo de julio 2026. El componente salarial, que representa el 60% de la canasta del ICM, fue el principal factor del índice del mes. Se anticipa un incremento a \$1.317.965 para agosto

COSTO FINANCIERO · JUL-26 📄 ✓ **~3,15%**

El costo financiero ponderado del sector subió levemente en julio respecto al mes anterior. Las tasas activas para empresas NO Pyme se ubicaron en 28,63% anual (2,39% mensual) y para Pymes en 39,46% anual (3,29% mensual). El interés resarcitorio de ARCA se mantuvo en 2,75% mensual, sin cambios. El leve aumento en las tasas bancarias explica la pequeña diferencia entre el ICM real (4,17%) y el estimado (4,06%) del mes.

En julio el ICM creció 4,17%, muy por encima del IPC (2,11%), impulsado por el ajuste del 8% en el SUP. La proyección de agosto baja a 0,99%, sin nuevos ajustes salariales previstos.

SECCIÓN 09 · CONCLUSIONES

ICM supera ampliamente al IPC en julio, impulsado por el SUP; agosto proyecta moderación

01 El ICM subió 4,17% en julio, superando levemente el estimado de 4,06%. La diferencia de 0,11 puntos porcentuales se explica por un leve aumento en las tasas bancarias respecto a lo proyectado. El ICM superó ampliamente al IPC del mes (2,11%), impulsado por el ajuste salarial.	02 El acumulado del ICM en 2026 llega al 14,75%, mientras que el IPC acumula 19,32%. Los costos sectoriales crecen 4,57 puntos porcentuales por debajo de la inflación general, brecha que se redujo respecto a junio (6,70 pp).
03 El SUP aumentó 8% en julio, segundo ajuste salarial del año, elevando el salario básico de \$1.009.683 a \$1.090.458,15. El FAECYS pasó a \$1.294.298 por el nuevo acuerdo julio 2026 (CCT 130/75).	04 La variación interanual del ICM a julio fue 26,38%, cayendo desde el 27,31% de junio. La variación interanual del IPC se ubicó en el 33,83%, manteniéndose relativamente estable respecto al mes anterior (33,55%).
05 El dólar BNA subió apenas 0,20% en julio, cerrando en \$1.485. Acumula en el año una suba del 2,06% respecto a los \$1.455 del cierre de diciembre 2025. El MEP cerró en \$1.517,67, cayendo un 0,24%	06 Se proyecta un ICM de 0,99% para agosto, por debajo de la inflación esperada del 1,75% (REM). No se anticipan ajustes salariales ni movimientos significativos de tipo de cambio o tasas para el próximo mes.

RESUMEN EJECUTIVO

+4,17%

ICM · jul 2026

Proyectado ago-26	+0,99%
Acumulado 2026	+14,75%
Interanual jul-26	+26,38%

El ICM de julio superó levemente el estimado de +4,06%: el ajuste del 8% en el SUP fue el principal factor, con un leve aumento en las tasas bancarias como diferencia adicional.

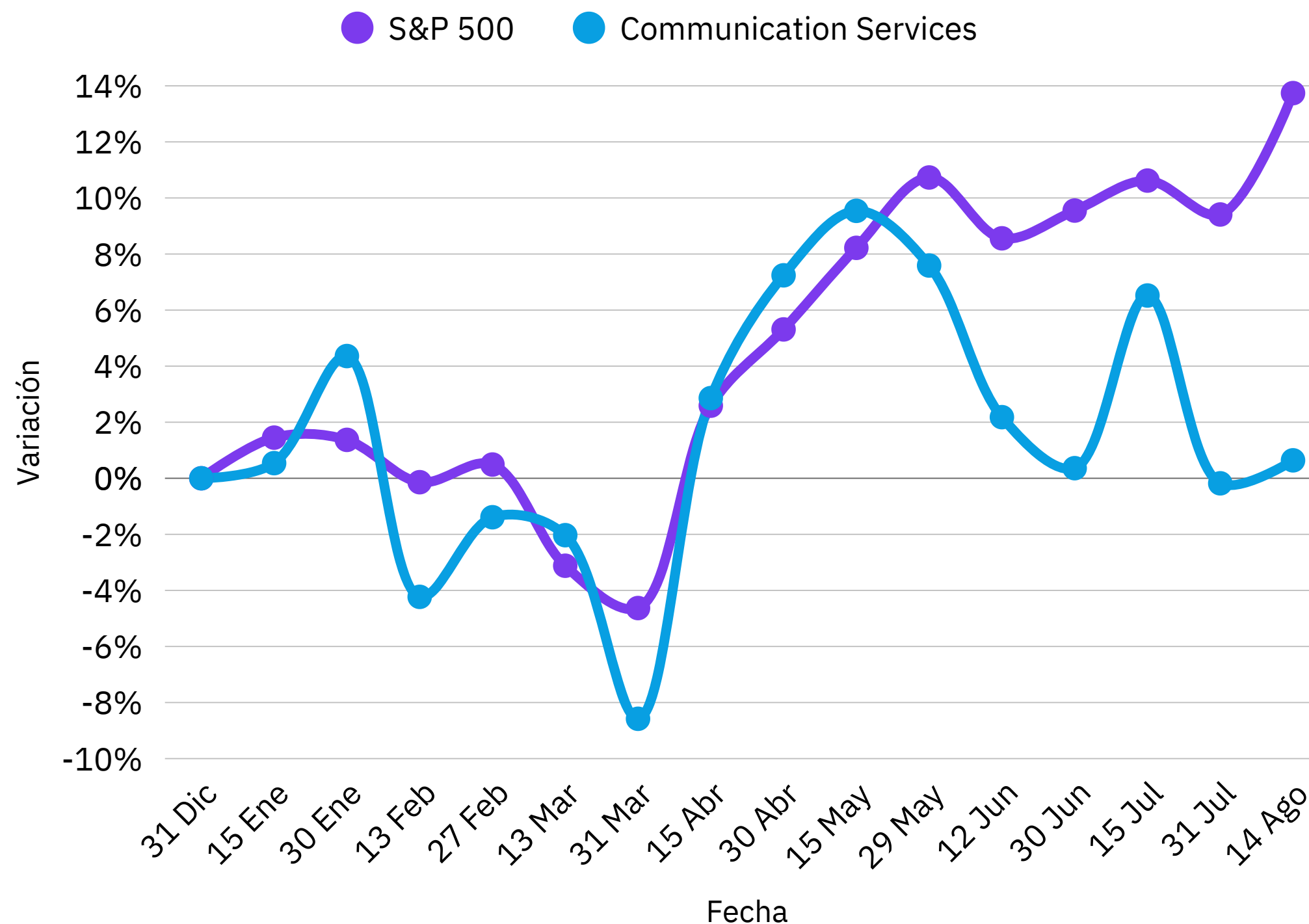
SECCIÓN 10 · MERCADOS

El sector frente al mercado

El sector de servicios de comunicación acumula +0,64% YTD al 14 de agosto, frente al +13,74% del S&P 500. El sector sufrió una caída de casi 9 puntos durante el sell-off de aranceles de marzo–abril, pero logró recuperarse hasta +6,52% en la primera quincena de julio. A partir de ahí reversionó bruscamente: al cierre de julio había caído a -0,18%, mientras el S&P se mantuvo en +9,41%. El rally de agosto del S&P amplió aún más el gap, que llega hoy a más de 13 puntos porcentuales.

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

Fuente: Yahoo Finance · ago 2026



SECCIÓN 10 · MERCADOS

HOLDINGS PUBLICITARIOS · MÉTRICAS FUNDAMENTALES · JULIO 2026

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

Empresa	Mkt Cap	Var. jul	Var. anual	EBITDA Mg%	ROE%	EV/EBITDA	EV/Sales
Holdings globales							
Publicis Groupe PUB.PA	\$24,62B	▲ 7,12%	▲ 4,51%	16,6%	16,2%	8,76x	1,57x
Omnicom OMC	\$23,2B	▲ 8,01%	▼ 2,54%	16,5%	6,1%	18x	1,4x
WPP WPP.L	\$4,34B	▲ 26,7%	▼ 11,5%	4,4%	-6,6%	9,9x	0,68x
Dentsu 4324.T	\$6,16B	▲ 14,5%	▲ 6,65%	16,0%	-47,0%	5x	0,8x
Havas HAVAS.AS	\$1,87B	▲ 8,8%	▲ 9,12%	13,5%	12,2%	5,1x	0,75x
Independientes							
Stagwell STGW	\$2,27B	▲ 13,73%	▲ 72,8%	10,6%	2,4%	9,9x	1,25x
S4 Capital SFOR.L	\$356,9M	▲ 19,5%	▲ 84,56%	13,2%	-0,6%	5,1x	0,61x
M&C Saatchi SAA.L	\$166,75M	▲ 4,5%	▲ 6,1%	8,1%	-5,4%	10,9x	0,55x
Next 15 Group NFG.L	\$324,27M	▲ 15,56%	▼ 8,4%	4,9%	-9,5%	20,1x	0,6x
Asia							
Hakuhodo DY 2433.T	\$2,7B	▲ 13,6%	▲ 11,7%	8,0%	4,5%	6,48x	0,48x
Intage 4326.T	\$446M	▲ 11%	▲ 8,3%	11,2%	11,3%	10,76x	0,93x
Cheil Worldwide 030000.KS	\$1,4B	▲ 4%	▼ 9,86%	8,8%	14,2%	3,35x	0,3x
Innocean 214320.KS	\$554M	▲ 5,7%	▲ 3,1%	10,7%	12,3%	0,87x	0,09x
BlueFocus 300058.SZ	\$8,3B	▲ 4,3%	▲ 24,6%	0,4%	3,3%	N/D	0,74x
Focus Media 002027.SZ	\$11B	▲ 16,1%	▼ 23,74%	47,0%	21,0%	15,6x	5,5x

¿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.

El rebote de julio

Tras la corrección de junio, julio marcó una recuperación amplia: el sector subió en promedio $+11,5\%$ en el mes, con todos los holdings en terreno positivo. Los mayores avances fueron WPP ($+26,7\%$), S4 Capital ($+19,5\%$), Next 15 ($+15,6\%$), Focus Media ($+16,1\%$) y Stagwell ($+13,7\%$). El repunte respondió a resultados del H1 2026 por encima de expectativas en varios holdings y a un entorno con menor presión arancelaria. El año sigue mostrando alta dispersión: Stagwell acumula $+72,8\%$ anual, mientras WPP cae $11,5\%$.

Rangos de evaluación

La mediana del sector se ubica en $9,3\times$ TEV/EBITDA (rango intercuartílico $5,1\times-10,9\times$), reflejando la expansión de múltiplos tras el rebote de julio. Omnicom ($18\times$) y Next 15 ($20,1\times$) se destacan como los más caros, mientras Cheil ($3,35\times$) e Innocean ($0,87\times$) son los más baratos. En EV/Sales, la mediana del sector se sitúa en $0,74\times$.

PERSPECTIVA 2026 El sector registró una fuerte recuperación en julio ($+11,5\%$ promedio mensual), pero el retroceso de fin de mes y el rally del S&P en agosto ampliaron el gap YTD: al 14 de agosto, el sector acumula $+0,64\%$ frente al $+13,74\%$ del S&P 500. La IA sigue siendo una palanca de márgenes para los holdings más diversificados (Publicis, Stagwell) mientras presiona las estructuras tradicionales. El riesgo central para H2 es un deterioro del gasto publicitario ante el contexto macro global y la incertidumbre regulatoria en torno a la IA generativa.

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

