

# JUNIO 2025 INFORME ESPECIAL

Tendencias en Fusiones  
y Adquisiciones entre los  
sectores publicitario y  
tecnológico.



Informe elaborado para  
M&A Ristretters

# Tabla de contenidos

Introducción	03
Coyuntura Actual y Motores de Cambio	04
Relación Simbiótica: Creatividad + Datos + Escalabilidad	04
Casos Representativos de M&A	05
Tendencias Emergentes	06
Escenarios Futuros Posibles	06
Estimación de Riesgo y Probabilidad de Supervivencia	07
Pregunta clave: ¿Están las agencias preparadas?	07
Conclusión	08
Citas y Fuentes utilizadas	09
Moore Global	10
Información de contacto	11

# Introducción

La convergencia entre el mundo de la tecnología y la publicidad ha dado origen a una nueva dinámica empresarial, en la que la creatividad y la capacidad tecnológica se entrelazan como piezas clave para competir en un entorno digital cada vez más complejo.

En los últimos años, esta sinergia ha generado una ola significativa de fusiones y adquisiciones (M&A) entre empresas de ambos sectores.

Este informe analiza las motivaciones estratégicas, el contexto de mercado, las tendencias emergentes y los posibles escenarios futuros de esta relación cada vez más simbiótica.

Solo para trazar una analogía, durante la pandemia del COVID-19, más del 60% de las pymes sin reservas financieras colapsaron en menos de 12 meses.

El contexto actual no es el de una pandemia, pero su disrupción estructural en el modelo de ingresos y servicios es análoga.

## Coyuntura Actual y Motores de Cambio

Varios factores están acelerando esta convergencia:

- **Transformación del comportamiento del consumidor**, con una demanda creciente de experiencias personalizadas, omnicanal y en tiempo real.
- **Avances en inteligencia artificial, machine learning y automatización** de procesos creativos, de medios y de gestión de datos.
- **Presión por eficiencia y performance** en los servicios de marketing y publicidad.
- **Importancia crítica de los datos** para tomar decisiones creativas y comerciales.

La tecnología necesita narrativa para conectar. La creatividad necesita herramientas para escalar. El valor surge en la intersección.

## Relación Simbiótica: Creatividad + Datos + Escalabilidad

- **Empresas tecnológicas** adquieren agencias creativas para incorporar storytelling, diferenciación emocional y expertise en branding.
- **Agencias publicitarias** buscan en la tecnología capacidades de segmentación, automatización, análisis predictivo e integración de canales.

La integración efectiva de ambos mundos permite ofrecer soluciones de comunicación completas, data-driven, relevantes y eficientes.

## Casos Representativos de M&A

Año	Adquiriente	Adquirida	Motivo Estratégico	Resultado
2015	WPP	Essence	Fortalecer oferta en medios digitales con base en datos	Integrada a GroupM, centrada en optimización automatizada
2016	Dentsu	Merkle	Incorporar capacidades en CRM y performance marketing	Base del negocio de data de Dentsu
2018	Interpublic (IPG)	Acxiom	Acceso a data onboarding y conocimiento de consumidores	Mejora de targeting y personalización
2019	Accenture	Droga5	Fusión de consultoría con creatividad de alto impacto	Referente en "experience-led transformation"
2021	WPP	Satalia	Sumar IA para optimización y planificación	IA aplicada a procesos creativos y de medios
2023	Globant	GUT	Fortalecer capacidades creativas en ecosistema digital	Potencia la oferta de servicios de marca y comunicación
2023	Publicis	Practia	Integrar consultoría tecnológica e innovación regional	Ampliación de capacidades en Latam
2024	Omnicom	Flywheel (Digital Commerce Powerhouse)	Ampliar alcance en comercio digital y medios minoristas	Conexión de datos de productos y transacciones con datos de audiencia y comportamiento
2025	Publicis Groupe	Captiv8	Reforzar influencer marketing con IA	Plataforma líder con analíticas predictivas y base de creadores
2025	WPP (VML LATAM)	Corebiz	Expandir capacidades de commerce digital y performance en América Latina	Integra equipo y tecnología para potenciar soluciones de e-commerce regional y global

## Tendencias Emergentes

- **Integración horizontal:** holdings publicitarios y tecnológicos que buscan cubrir toda la cadena de valor del marketing digital.
- **Plataformas de marketing impulsadas por IA:** adquisiciones orientadas a potenciar capacidades predictivas y de automatización.
- **Experiencias personalizadas a escala:** soluciones creativas + tecnológicas orientadas al journey completo del cliente.

**Consultoras transformadas en hubs creativos:** firmas como Accenture, Deloitte y Globant integrando agencias para ofrecer soluciones de “experience transformation”.

## Escenarios Futuros Posibles

- **Hibridación total:** las líneas entre consultoras, agencias y tecnológicas seguirán desdibujándose.
- **Consolidación competitiva:** pocos jugadores con capacidades integrales dominarán la escena.
- **Guerra por el talento:** creativos con mentalidad tecnológica y tecnólogos con sensibilidad creativa serán altamente demandados.
- **Nuevos modelos de agencia:** estructuras ágiles, colaborativas, centradas en resultados y personalización.

## Estimación de Riesgo y Probabilidad de Supervivencia

A partir del análisis anterior, se estima que:

- Las agencias **que no cuenten con una estructura financiera sólida** para enfrentar el nuevo contexto (acceso a deuda de largo plazo, capital de trabajo suficiente, reservas para reconversión tecnológica y talento), tienen una **probabilidad de éxito o supervivencia a 3 años estimada en un 20% – 30%, o dicho en forma mas cruda, entre un 70% y 80% de probabilidades de no superar el umbral de los próximos 3 años.**
- **Factores que explican esta estimación:**
  - Altos costos de reconversión tecnológica y organizacional.
  - Ingresos postergados y ciclos largos de retorno de inversión.
  - Dificultad de acceso a financiamiento competitivo en mercados locales.
  - Competencia global con recursos financieros significativamente mayores.
  - Mayor riesgo de obsolescencia frente a cambios rápidos del modelo de negocio.

### La pregunta clave: *¿Están las agencias preparadas?*

Lo estarán las que logren:

- Reconvertirse rápidamente
- Incorporar tecnología de forma inteligente
- Gestionar el cambio organizacional con visión estratégica
- Y adoptar modelos operativos más eficientes

...tendrán mayores probabilidades de no sólo sobrevivir, sino de liderar el nuevo escenario.

# Conclusión

La convergencia entre creatividad y tecnología no es una moda, sino una evolución estructural en la forma de comunicar, conectar y vender. Las operaciones de M&A entre estos sectores responden a una necesidad concreta de adaptación, diferenciación y escalabilidad.

## **Para los líderes del sector, esto implica:**

- Repensar el posicionamiento y la propuesta de valor
- Invertir en capacidades complementarias (data, tecnología, creatividad)
- Desarrollar una cultura organizacional que fomente colaboración multidisciplinaria
- Prepararse para competir en un ecosistema híbrido, dinámico y centrado en el cliente

La creatividad sin tecnología se queda corta. La tecnología sin creatividad no conecta. El futuro pertenece a quienes sepan combinar ambas con inteligencia y propósito.

Esto recién empieza.

*¿Están listos para competir en este nuevo terreno desconocido?*

## Citas y Fuentes Utilizadas

1. **Adlatina. (2024).** *Una década de acuerdos que transformaron la industria publicitaria.* Recuperado de: <https://www.adlatina.com/publicidad/una-dcada-de-acuerdos-que-transformaron-la-industria-publicitaria?preview=si>
2. **GP Bullhound. (2024).** *GP Bullhound advises Captiv8 on its acquisition by Publicis.* Recuperado de: <https://www.gpbullhound.com/articles/gp-bullhound-advises-captiv8-on-its-acquisition-by-publicis/>
3. **The Wall Street Journal. (2024).** *Publicis Deepens Influencer Marketing Push With Deal for Captiv8.* Recuperado de: <https://www.wsj.com/business/media/publicis-deepens-influencer-marketing-push-with-deal-for-captiv8-5bce2870>
4. **DossierNet. (2025).** *VML Latam adquirió Corebiz Internacional.* Recuperado de: [https://dossiernet.com/articulo/vml-latam-adquirio-corebiz-internacional/37096?utm\\_campaign=dossier-al-d-a&utm\\_edition=202506041259&utm\\_medium=email&utm\\_source=newsletter](https://dossiernet.com/articulo/vml-latam-adquirio-corebiz-internacional/37096?utm_campaign=dossier-al-d-a&utm_edition=202506041259&utm_medium=email&utm_source=newsletter)

# MOORE Global

Red internacional de auditoría, contabilidad y consultoría.

## Somos MOORE

Cuando trabajas con Moore, colaboras con personas que se preocupan profundamente por tu éxito y cuentan con la dedicación para ofrecer resultados medibles.

## QUIÉNES SOMOS

Fundada en Londres en 1907, Moore Globales hoy la 11.ª red de servicios profesionales más grande del mundo. Su propósito —“help people thrive”—se refleja en la cercanía con el mercado medio y en una cultura colaborativa que combina escala global con atención local.

## QUÉ HACEMOS

### 1 Consultoría y Corporate Finance

Estrategia, valoración y M&A para acelerar el crecimiento, estructurar financiamiento y maximizar el valor empresarial.

### 2 Impuestos & Auditorías

Auditorías independientes con estándares globales y planificación fiscal proactiva que garantiza cumplimiento y optimiza la carga tributaria.

### 3 Outsourcing y servicios de negocio

Soluciones sectoriales en Real Estate, Servicios Financieros, Tecnología, Energía y más.

## MOORE EN NÚMEROS

Consolidada entre las redes de servicios profesionales más grandes del mundo, Moore Global destaca por una presencia multinacional robusta y un desempeño financiero en constante expansión.

## CONOCENOS

Moore Global combina la experiencia técnica de una red consolidada con la flexibilidad de firmas locales, permitiendo a sus clientes acceder a conocimientos sectoriales profundos.



**5.1M**

Mil millones de ingresos



**234**

Firmas en la Red



Accounting Company



[www.moore-global.com](http://www.moore-global.com)



Londres, Reino Unido.



**116**  
Países



**37.199**  
Profesionales



**563**  
Oficinas



Consultor con amplia experiencia en publicidad, medios y entretenimiento, experto en M&A, estrategia fiscal, gestión de talento y auditoría para maximizar valor y eficiencia.

**MATÍAS TEJERO, CEO DE MOORE TEJERO & MOORE BUSINESS EMBASSY**

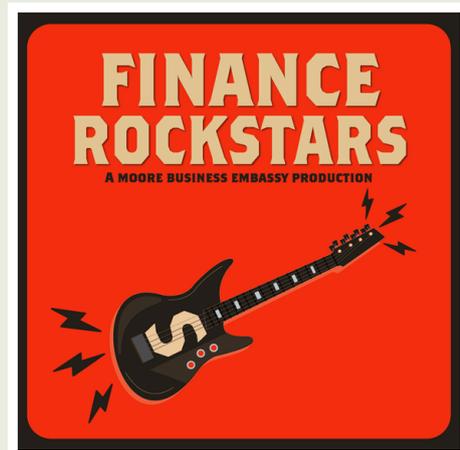
Estratega de negocios y de marcas que integra estrategia, marketing y foresight; convierte complejidad en planes de alto impacto y lidera transformación, desarrollo comercial y M&A en empresas y startups.

**PATRICIO CAVALLI, STRATEGY ADVISOR**



# ¿Te interesa aprender más sobre estos temas?

Escucha Finance Rockstars, el podcast sobre finanzas, creatividad, tecnología y estrategia de negocios.



[www.financerockstars.net](http://www.financerockstars.net)

# Contáctanos

*Brindamos soluciones integrales para que las empresas tomen decisiones con confianza.*



MAURE 4109, 1ER PISO. DISTRITO  
AUDIOVISUAL, BUENOS AIRES, ARG.



ADVISE@MBE.COM.AR



[WWW.MBE.COM.AR](http://WWW.MBE.COM.AR)



+54 9 11 7515-9741