

Adsmovil registra crecimiento histórico en medio de la crisis del 2020

La compañía anunció un crecimiento del 15% en Latinoamérica respecto al año anterior, alcanzando una cifra histórica en ventas durante el 2020.

México, diciembre de 2020.

El 2020 ha sido, sin duda alguna, un año desafiante para las empresas, quienes tuvieron que enfrentar diferentes obstáculos a causa de la pandemia mundial que sacudió todo en tan poco tiempo. **Los retos fueron varios: los empleados trabajando desde sus hogares, evitar despidos, sobrellevar el impacto económico, adaptarse al cambio que tuvo el mercado y desarrollar estrategias que apuntarán a las necesidades que se estaban presentando.**

“En Adsmovil logramos superar todos los desafíos, que al igual que el resto de compañías, no teníamos previstos. Sin embargo, empezamos a tomar las decisiones correctas en el momento correcto, antes que iniciará la cuarentena. Elaboramos un plan de choque que incluyó, entre otras, el trabajo remoto, reducción de gastos y un plan comercial más agresivo, el cual revisamos y ajustamos regularmente”, afirma su fundador y CEO, Alberto Pardo.

La empresa espera cerrar el año con un crecimiento de un poco más del 15% en Latinoamérica comparado con el 2019, cifra que consideran muy exitosa dado el contexto mundial, aunque ya venían creciendo a dos dígitos desde que nacieron, casi 10 años atrás. *“Este 2020 fue muy duro. En algún punto pensamos que podíamos desaparecer y que se venían unos meses muy duros. Logramos organizarnos y ejecutar los planes de manera muy rápida lo que nos aseguró una victoria temprana que la sentimos como la más dura e importante que hemos tenido”,* añade el vocero.

“Nos preparamos para lo peor, deseando siempre lo mejor, esa fue nuestra gran consigna este año”, continuó Pardo. *“Si me preguntan qué fue lo que hizo la diferencia, respondería sin pensarlo: el talento humano que tenemos. Todos entendieron, se adaptaron y reaccionaron muy rápido frente a los hechos. Otro ítem que hizo la diferencia fue la estabilidad de la situación financiera de la empresa, y por último, las decisiones correctas que tomamos en el momento justo. Ha sido un año muy difícil, un año diferente, de muchos aprendizajes en lo personal y en lo profesional”. concluyó.*

Adsmovil puso siempre por encima a sus empleados: primero garantizando su salud y luego la estabilidad laboral. Hicieron un pacto entre todos de terminar la

pandemia juntos y unidos, sin tener que llegar a la triste decisión de despedir a alguien. El resultado fue espectacular y prometedor, y hoy la empresa se puede dar el lujo de decir que han reforzado el equipo contratando más personas fruto del crecimiento que han experimentado.

Según datos de eMarketer, el gasto en publicidad digital en América Latina se espera que crezca un 5.0% a 9.33 billones de dólares en 2020, donde las plataformas digitales se llevarán el 39,1% de todo el gasto en medios. Display representará el 57,2% del total de los gastos de publicidad digital de este año, impulsado principalmente por el video y los medios sociales. Los dispositivos móviles seguirán impulsando el crecimiento del gasto en publicidad digital y representará casi tres cuartas partes (73,7%) de las inversiones digitales de este año. Mientras que a nivel regional, el gasto en medios de comunicación tradicionales en América Latina disminuirá un 17,5% año tras año, de 17.650 millones de dólares a 14.560 millones de dólares.

Si bien la industria de la publicidad va a decrecer sin duda alguna, la empresa está del lado de la moneda ganadora. No sólo porque forma parte de la publicidad digital, que fue la menos golpeada, sino porque supieron aprovechar la coyuntura para consolidar una mejor compañía.

Sobre Adsmovil

Adsmovil es la compañía pionera y líder en innovación de soluciones de publicidad móvil en Latinoamérica y el mercado hispano de Estados Unidos. Fundada en 2009, es uno de los actores más premiados en la industria de la telefonía móvil, con oficinas en Argentina, Brasil, Colombia, México y Estados Unidos (Miami, Los Ángeles, Chicago y Nueva York).

La empresa desarrolla campañas integradas, con un fuerte brazo Ad Tech, que permite la compra programática, la segmentación avanzada y la creación de audiencias específicas basadas en DATA. Los pilares de la compañía están basados en soluciones programáticas, así como componentes tecnológicos de geolocalización, atribución física y herramientas de segmentación mobile, ofreciendo a las marcas formatos de alto impacto y video instant play HD a través de su plataforma de DSP y un Mobile AdExchange (SSP).

La compañía fue fundada por [Alberto Pardo](https://www.linkedin.com/in/banano/), actual CEO <https://www.linkedin.com/in/banano/>
Para más información visita: www.adsmovil.com o @Adsmovil en Facebook, Twitter e Instagram.