[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en México el 11/07/2023

# [Adsmovil presenta su plataforma de publicidad OOH automatizada a través de su partnership con Moving Walls](http://www.notasdeprensa.es)

## De está manera se fortalece Adsmovil OOH para ofrecer una solución tecnológica más completa y robusta

Este partnership entre ambas compañías tiene el objetivo de consolidar en el mercado de publicidad exterior la plataforma que es exclusiva para este sector y la cual incluye herramientas de compra, suministro y gestión de campañas totalmente personalizadas que llevan el inventario OOH a los principales mercados latinoamericanos. Moving Walls es un proveedor mundial de software para empresas de publicidad exterior, por lo que su trayectoria y experiencia han permitido robustecer a través de su software la plataforma tecnológica que ya varias agencias, anunciantes y propietarios de medios en la región han comenzado a utilizar y que brinda una solución integrada de medición de audiencia OOH.  Desde Adsmovil existe una amplia experiencia en la compra de publicidad programática multipantalla basada en una segmentación avanzada de layers de data proveniente de la geolocalización, censo, nivel socioeconómico, datos de consumo y data proveniente del retail  and ecommerce; que le permite a los anunciantes y agencias crear e impactar audiencias para conectarse con su público objetivo de una manera más efectiva. Todo ello a través de su plataforma de audience planner, conocida como Adsmovil Personas, que permite planificar, crear y activar audiencias en toda Latinoamérica, donde ya cuenta con data detallada de más de 300 millones de personas. El equipo de Adsmovil OOH ya ha desplegado la tecnología con cerca de 50 mil millones de impresiones mensuales disponibles a través de 45.000 pantallas en Brasil, Colombia, Chile, México y Perú, con otros mercados a seguir. Según Statista, los presupuestos de OOH en Latinoamérica crecerán de 960 millones de dólares en 2021 a 1.470 millones de dólares en 2024. Mientras tanto, eMarketer señala que América Latina superará al mundo en el crecimiento del gasto en publicidad digital: un 14% frente al 10,5% de la media mundial.  El Foro Económico Mundial señala que América Latina es la región más urbanizada del mundo, con cerca del 80% de su población viviendo en ciudades. Se trata de un grupo demográfico atractivo para las empresas y las marcas en las próximas décadas, y la publicidad exterior ha seguido creciendo con el aumento de las pantallas digitales en lugares como centros comerciales, aeropuertos y zonas residenciales. Según Alberto Pardo "Banano", Fundador y CEO de Adsmovil, "Latinoamérica no es una sola población, sino 32 realidades completamente diferentes. Elegimos asociarnos con Moving Walls para poder crear una solución personalizada que abordara estas diferencias locales".Srikanth Ramachandran, Fundador y CEO del Grupo Moving Walls añadió que este tipo de asociación es ideal para escalar rápidamente en una nueva región. "Adsmovil ya es el proveedor líder de soluciones de publicidad digital en esta región. Con esta asociación, la publicidad OOH automatizada complementará su solución Connected TV, que está viendo una gran adopción".

**Datos de contacto:**

Rocio Pradines

+54 9 11 4041 7960

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/adsmovil-presenta-su-plataforma-de-publicidad](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Telecomunicaciones Marketing Software

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)