

SunMedia cierra el 2021 al alza con un 43% más de plantilla, nuevos productos y consolidación internacional

La estrategia de la adtech por la captación de talento ha consolidado su liderazgo, y por ello, continúa incrementado su plantilla global en igualdad de género con un 50% mujeres. Con oficinas en México, Perú, Colombia, Argentina, Estados Unidos, Suecia, Portugal, Brasil y dos en España, la compañía refuerza su presencia internacional con diez sedes en todo el mundo

SunMedia, la adtech española líder en vídeo, performance y native, ha cerrado el año 2021 con datos muy positivos. Su apuesta por el talento, la calidad, la innovación y la creatividad se traduce en un aumento del 43% de su plantilla global en el último año, el lanzamiento de nuevos productos y la consolidación de la compañía a nivel internacional.

SunMedia ha reforzado los equipos de sus filiales internacionales con un crecimiento de plantilla del 67% en Argentina, destacando a Indiana Quiñones como Country Manager en Cono Sur; del 60% en México, incorporándose Claudia Corral como nueva Country Manager MX; del 50% en Perú y del 40% en Colombia, reforzando especialmente su plantilla tecnológica.

Por otro lado, el incremento del equipo en España ha sido de un 34%, destacando entre las nuevas incorporaciones a Guillermo Martín (VP Global New Business Development), y a Juan Miguel Lapido (Global Head of Creativity, Strategy, Design & Innovation).

Junto a los nuevos fichajes, la adtech continuó materializando su compromiso con la calidad de sus servicios creando una nueva división enfocada en el desarrollo de herramientas y soluciones basadas en la inteligencia artificial y el machine learning. Este nuevo proyecto es un paso más en la apuesta de SunMedia por la innovación tecnológica para dar respuesta a los retos de la industria, especialmente ante la era cookieless, a través del lanzamiento de nuevas soluciones.

Estos, permiten a los anunciantes alcanzar a su target en el contexto, momento y entorno adecuado, identificando la condición atmosférica o mostrándole contenido específico en función de su ubicación. Asimismo, la compañía va más allá en la creatividad y personalización de sus formatos para sorprender al usuario, como con las animaciones de apertura de producto de su Scrow-Flow; o conociendo la percepción de los usuarios frente a una marca o producto concreto, gracias al servicio SunSurvey.

“En este nuevo año seguiremos trabajando en el desarrollo de la inteligencia contextual y la creatividad, entendiendo que nuestras marcas necesitan no solo encontrar a los usuarios en el momento y contexto adecuado, sino además impactarlos con un contenido que llame realmente su atención” comenta Fernando García, CEO de SunMedia. “Y cómo no, seguir contando con el mejor

talento a nivel global para mantener nuestro liderazgo, sin importarnos el género”, continúa Fernando García.

Ahora, de cara a 2022, la compañía se orienta a seguir consolidando su liderazgo tanto a nivel nacional como internacional, con la reciente apertura de una nueva oficina en Brasil, y apoyándose en los pilares de la compañía: la innovación tecnológica y la creatividad, la apuesta por el talento y la creación de nuevas alianzas con los publishers más relevantes a través de los que ofrecer a sus clientes las audiencias más cualificadas.

Datos de contacto:

Mónica
662018925

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce Recursos humanos Oficinas](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>