

Proceso Internacionalización Globant - Japon

Sebastian Gómez Henao

Universidad Católica Luis Amigó
Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables.

Trabajo de prácticas

2025

Contenido

Glosario.....	3
Resumen ejecutivo	3
Introducción	3
1. Antecedentes	4
2. Empresa objeto de la práctica	5
2.1 Objeto social:	5
2.2 Misión:	5
2.3 Visión:	5
2.4 Valores corporativos:.....	5
2.5 Objetivos estratégicos	6
2.6 Rol Comercial	6
3. Agencia Objeto de la Práctica	7
3.1 Cargo desempeñado	7
3.2 Perfil del cargo	7
3.3 Objetivo del cargo	7
3.4 Funciones para realizar	8
3.5 Relación con otros cargos	8
3.6 Herramientas y equipos para la ejecución del cargo	8
3.7 Condiciones de trabajo.....	9
3.8 Entrenamiento	9
3.9 Competencias.....	10
3.10 Responsabilidades.....	11
3.11 Deberes.....	11
3.12 Riesgos del cargo	13
4. Características de la práctica.....	14
4.1 Justificación	14
4.2 Objetivo General:.....	18
4.3 Objetivos Específicos:	18
5. Informe Ejecutivo	24
6. Plan de mejora.....	27
Aportes a mi Formación Personal	36
Aportes a mi Formación Profesional	37
Conclusiones	38

Recomendaciones:	40
Webgrafia	42

Ilustración 1	7
Ilustración 2	19
Ilustración 3	20
Ilustración 4	21
Ilustración 5	22
Ilustración 6	23
Ilustración 7	24
Ilustración 8	29
Ilustración 9	30
Ilustración 10	31
Ilustración 11.....	33

Glosario

Internacionalización, TDC (Technology Delivery Centers), Transformación digital, Inteligencia artificial, BigDat, KPIs (Key Performance Indicators), Sostenibilidad, Empatía intercultural, Automatización.

Resumen ejecutivo

Este informe presenta un análisis exhaustivo del proceso de internacionalización de Globant hacia el mercado japonés, abordando tanto las estrategias implementadas como los aprendizajes adquiridos en el trayecto. Se detalla la planificación y ejecución del plan, incluyendo acciones de fortalecimiento cultural, alianzas estratégicas y adaptación de servicios, con el objetivo de potenciar la expansión global de la compañía.

Asimismo, se destacan los beneficios y conocimientos obtenidos por el equipo y la organización, en ámbitos como la comunicación intercultural, la gestión de recursos internacionales y la comprensión del mercado japonés. El informe también analiza la importancia de comprender y respetar los valores y prácticas de la cultura local para lograr una adaptación exitosa y sostenida en ese mercado.

Finalmente, el documento refleja cómo este proceso ha contribuido al desarrollo profesional y personal del equipo involucrado, fomentando habilidades de liderazgo, pensamiento estratégico y responsabilidad. Con ello, se pretende ofrecer una visión integral que sirva como base para futuras iniciativas de internacionalización y crecimiento en contextos globales.

Introducción

El presente trabajo se centra en el proceso de internacionalización de Globant, una empresa tecnológica originaria de Argentina con presencia global, que busca expandir sus operaciones hacia el mercado japonés. A través de un plan estratégico y diversas acciones de adaptación cultural, lingüística y operativa, la organización pretende ofrecer sus servicios en Japón, un mercado caracterizado por altas expectativas del consumidor, valores culturales específicos y un entorno empresarial competitivo.

La construcción de este proyecto se divide en diferentes fases que abarcan desde el análisis del mercado japonés hasta la identificación de oportunidades para la expansión del TDC NOLA en dicho mercado. Este proceso se fundamenta en la creación de objetivos claros que buscan una internacionalización progresiva mediante la adaptación cultural, la capacitación del talento y la formación de alianzas estratégicas.

El desarrollo de este proyecto durante las prácticas resulta fundamental, ya que permite aplicar los conocimientos teóricos adquiridos durante la etapa educativa en un contexto real de internacionalización y expansión global de una empresa líder en tecnología como Globant. La experiencia favorece el fortalecimiento de habilidades clave, como la adaptación cultural, la comunicación intercultural, la investigación de mercado y la planificación estratégica, indispensables para enfrentar los retos del mercado internacional.

No solo favoreciendo la capacitación del estudiante, sino que también el éxito en la implementación de este proyecto de internacionalización generaría beneficios significativos para Globant, como la ampliación de su presencia en el mercado asiático, específicamente en Japón, lo que diversificar su portafolio de clientes y aumentaría sus oportunidades de negocio en una región en constante crecimiento. Además, fortalecería su posición competitiva frente a otras empresas tecnológicas internacionales, consolidando aún más su reputación como una compañía innovadora y comprometida con la adaptación cultural.

1. Antecedentes

Globant fue fundada en 2003 en Buenos Aires, Argentina, por un grupo de jóvenes emprendedores: Martín Migoya, Guibert Englebienne, Néstor Nocetti y Juan Pablo Fusi. Desde sus inicios, la empresa se enfocó en el desarrollo de software y soluciones tecnológicas, aprovechando el talento latinoamericano y la creciente demanda del mercado por servicios de tecnología de la información.

Con el tiempo, Globant se expandió a nivel internacional, estableciendo oficinas en diferentes países como Colombia en el 2009, actualmente con oficinas en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. En 2014, la compañía se hizo pública en la Bolsa de Valores de Nueva York, consolidándose como una de las principales empresas de servicios de tecnología en el mundo. Esto también apoyado con diferentes adquisiciones que han aumentado su portafolio y ahondando en diferentes áreas de conocimiento.

2. Empresa objeto de la práctica

2.1 Objeto social:

Globant es una empresa de servicios de tecnología y consultoría, especializada en el desarrollo software y soluciones digitales incluyendo desarrollo de software, consultoría de tecnología, transformación digital, servicios de diseño e Inteligencia Artificial y Big Data, enfocándose en ofrecer soluciones que mejoren la competitividad de sus clientes en diversas industrias.

2.2 Misión:

Ser aliado digital de las empresas para ayudarlas a reinventarse y alcanzar su máximo potencial a través de la tecnología. Esto requiere un compromiso constante con la innovación y la transformación digital, buscando siempre ofrecer soluciones que se adapten a los entornos y necesidades cambiantes de los clientes.

2.3 Visión:

Forjar un futuro prometedor un paso a la vez mediante la transformación de las organizaciones. Su objetivo es ser reconocidos como líderes a nivel mundial en transformación digital, cognitiva y cultural; generando impacto significativo en las empresas, las personas y la sociedad en general.

2.4 Valores corporativos:

Globant posee múltiples valores corporativos, dentro de los cuales están:

Be Kind

Team Player

Excellence in your work

Drive Innovation

Have Fun

Own the Place

Think Big

AI Hero

Cross-Selling Hero

2.5 Objetivos estratégicos

2.5.1 Ofrecer a las empresas soluciones de transformación digital para adaptarse a las nuevas tecnologías y modelos de negocio con miras a mejorar su competitividad.

2.5.2 Invertir en la formación y el desarrollo profesional de sus empleados promoviendo un ambiente de aprendizaje continuo.

2.5.3 Estar a la vanguardia de las tendencias tecnológicas y desarrollar soluciones innovadoras que agreguen valor a sus clientes.

2.6 Rol Comercial

Terciario (Servicios)

3. Agencia Objeto de la Práctica

Sistemas Colombia S.A.S (Globant)



Ilustración 1

3.1 Cargo desempeñado

Staffing

3.2 Perfil del cargo

El Staffer se caracteriza por una combinación de formación académica sólida y habilidades técnicas relevantes, así como por competencias interpersonales y una actitud proactiva. Además de las habilidades técnicas, es esencial que el Staffer tenga buenas habilidades de comunicación y la capacidad de trabajar en equipo, ya que colaborará estrechamente con otros miembros para garantizar la entrega de soluciones de calidad. La resolución efectiva de problemas y la capacidad de adaptarse a un entorno dinámico son competencias clave en este rol.

3.3 Objetivo del cargo

Asegurar la asignación eficiente de recursos humanos a proyectos, garantizando que el personal adecuado, con las habilidades y competencias necesarias, este en el lugar correcto en el momento adecuado para maximizar el rendimiento del equipo y cumplir con las expectativas del cliente.

3.4 Funciones para realizar

Sugerencias de Globers a tickets

Analizar el performance del DOJO

Análisis de demanda

Apoyo de IM de Globers

Gestión de procesos de Open Carrer

Seguimiento de New Hires

3.5 Relación con otros cargos

TCBP: Trabajamos juntos en casos y situaciones específicas de los Globers, como licencias, TBD, (actitudinales o de rendimiento), IM y BC.

People: Gestionamos junto a People las vacaciones de las personas disponibles en DOJO, además del proceso de efectivizaciones y extinción de contratos.

Recruiting: Trabajamos juntos en los PODs de tecnología analizando la demanda y previendo necesidades basadas en el DOJO y la demanda no cubierta.

Tech Partners: Nos ayudan con el análisis de posibles Reskillings del DOJO de acuerdo a los gaps tecnológicos y la demanda activa.

Delivery: Trabajamos de la mano de los equipos de delivery, de las cuentas (PM, Ops, DD,DM) para garantizar la cobertura de la demanda y generar estrategias que agilicen los procesos de capacity.

3.6 Herramientas y equipos para la ejecución del cargo

Computador

Pantalla

Glow

Google sheets

Power BI

Jira

Slack

Google Drive

Atlassian account

3.7 Condiciones de trabajo

Trabajo híbrido con posibilidad de trabajo en casa mayormente; la empresa dota al practicante con computador, audífonos, mouse para el cumplimiento del trabajo y en las oficinas se cuenta con las condiciones óptimas para el cumplimiento de este además de espacios de esparcimiento para los trabajadores.

3.8 Entrenamiento

Guillermo Arcila (Líder)

Interpretación de los diferentes dashboards de Power BI para la comprensión de las métricas que se manejan en el área.

Capacitación en los diferentes procesos de licencias, vacaciones o salidas de los Globers.

Andrés Guijo Barragán (4 semanas)

Capacitación en el manejo de las herramientas necesarias para el desarrollo de los procesos de Staffing, manejo de Google Sheets y las diferentes plataformas que se utilizan (Glow, Slack, Google Sheets, JiraSTAFF)

Paula Rivera (4 semanas)

Capacitación en el manejo del DOJO para el uso de la información en los procesos de staffing

Capacitación y acompañamiento para prepararnos para realizar los Onboardings agendados todos los jueves para presentarlo a los nuevos ingresos que tiene Globant semanalmente.

Carolina Muñoz (4 semanas)

Capacitación en la entrega de perfiles específicos cómo Staffer y los procesos completos del área con un personal a cargo, capacitación en el desarrollo de los informes que se deben entregar a los estudios semanalmente para mantener el feedback del negocio al día.

Miguel Ferro (6 semanas)

Capacitación en la interpretación y uso de la plataforma Jira para dar solución a las solicitudes que se crean a través de las plataformas.

María Paula de Bedout (3 semanas)

Entrenamiento y capacitación en los procesos y perfiles pertenecientes a delivery.

3.9 Competencias

Técnicas, interpersonales, gestión, innovación, aprendizaje, culturales.

3.10 Responsabilidades

Desarrollar estrategias para conectar el talento adecuado con las mejores oportunidades

Gestionar nuevas posiciones y asignaciones, adaptándose a las necesidades del negocio

Colaborar con clientes internos para satisfacer las demandas y objetivos del negocio

Alinear tendencias del mercado con los objetivos profesionales de los Globers

Enfocarse en la innovación como motor de crecimiento para Globant cuidando nuestro DOJO

Maximizar las capacidades y oportunidades internas, potenciando las posibilidades de nuestros Globers

3.11 Deberes

Colaboración en proyectos:

Participar en reuniones: Asistir a reuniones de planificación, revisión y retrospectivas, contribuyendo con ideas y feedback constructivo.

Trabajar en equipo: Colaborar con otros miembros del equipo, incluyendo desarrolladores, diseñadores y gerentes de proyecto para asegurar la alineación en los objetivos.

Gestión de tareas:

Priorizar tareas: Organizar y priorizar tareas asignadas, asegurando que se cumplan los plazos establecidos.

Actualizar el progreso: Mantener actualizado los estados de las tareas en las herramientas de gestión de proyectos utilizadas por los equipos.

Mejora continua:

Proponer mejoras: Identificar áreas de mejora en procesos, herramientas y tecnologías, proponiendo soluciones para optimizar el flujo de trabajo.

Participar en capacitación: Asistir a formaciones y workshops para mejorar habilidades técnicas y adaptarse a nuevas tendencias y tecnología.

Documentación:

Crear y Mantener documentación: Documentar el código, las decisiones técnicas y los procesos de trabajo para asegurar la transferencia de conocimiento dentro del equipo.

Interacción con clientes:

Comprender requerimientos: Colaborar con los clientes para entender sus necesidades y traducirlas en requisitos técnicos claros.

Recibir feedback: Escuchar y actuar sobre el feedback del cliente para mejorar la solución entregada.

Cumplimiento de normativas:

Seguir procedimiento: Asegurarse de que todos los procesos de desarrollo y entrega cumplan con las normativas y políticas de calidad establecidas por las empresas.

Contribución a la cultura de la empresa:

Fomentar un ambiente positivo: Contribuir a un ambiente de trabajo colaborativo y respetuoso, promoviendo la diversidad y el trabajo en equipo

3.12 Riesgos del cargo

Riesgos legales:

Violación de normativas

Incumplimiento de contratos

Riesgos de seguridad de la información:

Filtración de datos

Ciberataques

Riesgos de cumplimiento normativo

Falta de documentación

Inadecuada formación

Riesgos de desempeño

Bajo rendimiento

Conflictos internos

Riesgos de salud y bienestar

Estrés laboral

Ambiente de trabajo tóxico

4. Características de la práctica

4.1 Justificación

Globant es una empresa multinacional que se especializa en ofrecer servicios tecnológicos y en proporcionar apoyo continuo para la implementación de inteligencia artificial en las empresas a las que sirve. Su extenso portafolio de servicios permite a diversas industrias satisfacer sus variadas necesidades. La empresa tiene presencia en múltiples países alrededor del mundo, y su estructura operativa se organiza en equipos de trabajo regionales conocidos como TDC (Technology Delivery Centers).

Estos TDC están estratégicamente ubicados en diferentes regiones: SOLA (Sudamérica), NOLA (Centroamérica), NACA (Norteamérica), Europa y Asia. Cada uno de estos centros se encarga de atender la demanda regional, asegurando que se cubra la mayor cantidad posible de necesidades locales. Actualmente, Asia es el mercado menos atendido por Globant, lo que presenta una oportunidad significativa para expandir su presencia en esta región.

El proyecto en cuestión busca explorar la posibilidad de que la región asiática canalice su demanda a través del TDC de NOLA. Este centro ofrece varias ventajas, como la eficiencia en costos y un grupo de

talentos en crecimiento, capaz de enfrentar los desafíos del mercado asiático. Sin embargo, el TDC de India, con su presencia establecida, vasta experiencia y familiaridad cultural con los clientes asiáticos, representa una fuerte competencia.

Además de representar una región con baja cobertura actual por parte de Globant, Asia, y en particular Japón, se perfila como un mercado estratégico de alto valor. Este país no solo se distingue por su liderazgo en tecnología y automatización, sino también por una cultura empresarial profundamente orientada hacia la calidad, la eficiencia y la mejora continua. Ingresar en el ecosistema japonés implica mucho más que acceder a un nuevo mercado: es incorporarse a un entorno que exige excelencia operativa, visión a largo plazo y adaptación constante. En este sentido, Japón puede actuar como una plataforma de validación internacional, dado que las empresas que logran posicionarse exitosamente allí adquieren un reconocimiento que trasciende fronteras y fortalece su competitividad global.

El objetivo principal del proyecto es ofrecer al mercado asiático una nueva opción para la gestión de sus datos y el soporte tecnológico, aprovechando las ventajas competitivas en costos que ofrece el TDC de NOLA. Aunque Globant ya tiene presencia en Asia, no es uno de sus mercados más importantes. De hecho, el TDC de India se enfoca principalmente en satisfacer la demanda proveniente de Estados Unidos y la demanda local. Por lo tanto, expandirse en Asia, una región con una industria en crecimiento y una buena reputación de mercado, podría ser una estrategia competitiva para abrir nuevas oportunidades de negocio.

El proyecto también toma fuerza al considerar el enfoque transformador de Globant, cuyo modelo operativo va más allá del desarrollo tradicional de software. Gracias a su estructura de estudios especializados y a su fuerte apuesta por la inteligencia artificial, Globant está en capacidad de ofrecer soluciones digitales innovadoras que se alinean con las altas expectativas del mercado japonés. Su capacidad de generar herramientas impulsadas por IA, optimizan procesos de desarrollo y potencian la creatividad del talento humano, lo cual resulta especialmente atractivo en contextos donde se valora la precisión, la productividad y la innovación tecnológica.

Asimismo, la expansión hacia Asia representa una oportunidad para reforzar el posicionamiento global de Globant como empresa latinoamericana con impacto internacional. Su presencia creciente en más de 30 países y su colaboración con empresas líderes a nivel mundial confirman su capacidad para adaptarse a diversas culturas de negocio. Establecer una conexión sólida con Japón permitiría no solo afianzar relaciones con un mercado altamente exigente, sino también generar alianzas estratégicas que impulsen la innovación conjunta y la evolución de nuevas soluciones. De este modo, la región asiática deja de ser solo un objetivo de expansión y se convierte en un nodo clave para el aprendizaje, el benchmarking avanzado y la cocreación de valor.

Ahora bien, teniendo en cuenta el contexto de los TDCs y la propuesta de valor que genera el TDC de India en la región, podemos comenzar a hablar sobre las diferencias y similitudes clave entre este centro y el TDC de NOLA, con el fin de comprender por qué este último podría convertirse en una opción viable para atender el mercado japonés.

El TDC de India cuenta con una reputación sólida y bien consolidada en la industria tecnológica. Su talento humano es reconocido mundialmente por su formación rigurosa en ingeniería, ciencias de la computación, inteligencia artificial y computación en la nube. Además, su infraestructura tecnológica está altamente desarrollada, con un fuerte respaldo gubernamental que impulsa el crecimiento del sector. India ha demostrado ser un socio confiable para empresas asiáticas, en gran parte gracias a su proximidad horaria, su afinidad cultural con la región y su experiencia con clientes internacionales. Este conjunto de factores le ha permitido establecer relaciones duraderas en el mercado asiático y posicionarse como una referencia en servicios de TI.

Sin embargo, el crecimiento sostenido de la operación en NOLA, y particularmente en Colombia, invita a repensar el alcance y la distribución de la atención regional. Colombia presenta un grupo de talentos en rápida expansión, especialmente en áreas como el desarrollo de software, transformación digital y servicios IT. Las universidades están formando cada vez más profesionales en programas de ingeniería y tecnología, y las políticas gubernamentales han comenzado a priorizar el desarrollo del sector digital,

ofreciendo incentivos fiscales y promoviendo el ecosistema emprendedor. Aunque aún no alcanza el nivel de madurez de India, esta región está emergiendo como un hub competitivo, fresco y flexible, capaz de adaptarse a nuevas demandas del mercado global.

En términos de costos laborales, Colombia ofrece una ventaja significativa. Sus niveles de remuneración son generalmente más bajos que los de India, lo que convierte al TDC de NOLA en una alternativa altamente atractiva para empresas que buscan eficiencia sin sacrificar calidad. Esta ventaja en costos puede resultar clave al momento de desarrollar soluciones de alta demanda, especialmente si se combina con la creatividad, adaptabilidad y enfoque colaborativo que caracterizan al talento latinoamericano.

La competencia lingüística es otro aspecto importante. Mientras que India cuenta con un nivel avanzado de inglés dentro del sector tecnológico, facilitando la comunicación con clientes internacionales, Colombia muestra un crecimiento notable, particularmente entre jóvenes profesionales en zonas urbanas. La afinidad cultural con países occidentales y la capacidad de trabajo colaborativo son aspectos que agregan valor al servicio prestado desde esta región. Si bien la barrera idiomática con mercados asiáticos puede representar un reto, también es cierto que la virtualidad y el uso de herramientas de traducción y gestión han reducido significativamente estas distancias.

En cuanto a la zona horaria, India posee una mayor sincronización con los mercados asiáticos, lo que facilita la colaboración en tiempo real. No obstante, esta misma característica representa un desafío cuando se trata de atender simultáneamente a clientes en América del Norte. Colombia, en cambio, goza de una ubicación estratégica que le permite estar operativamente alineada con los Estados Unidos y otros países del continente, lo que podría beneficiar proyectos globales que requieran interacción entre ambas regiones. De hecho, el uso de equipos híbridos que operen en horarios complementarios podría convertirse en una solución eficiente para equilibrar las demandas de clientes de diferentes zonas geográficas.

Finalmente, si bien India tiene una presencia más establecida en Asia, el TDC de NOLA puede ofrecer una propuesta disruptiva basada en eficiencia de costos, talento emergente y una estructura organizativa en expansión. Aunque aún debe construir una reputación sólida en el mercado asiático, este proceso también representa una oportunidad de aprendizaje y posicionamiento estratégico. Atender clientes japoneses desde NOLA no es solo una posibilidad operativa, sino un ejercicio de adaptación, de apertura al cambio y de visión global.

Por lo tanto, aunque el TDC de India parte con ventajas claras gracias a su trayectoria y presencia establecida en Asia, el TDC de NOLA representa una alternativa con un alto potencial de crecimiento. Este centro podría asumir el desafío de atender el mercado japonés si se implementan de forma adecuada estrategias como la capacitación cultural, el fortalecimiento idiomático y el aprovechamiento de alianzas locales. Estas acciones permitirían consolidar una propuesta sólida, adaptable y alineada con las exigencias del ecosistema japonés.

4.2 Objetivo General:

Analizar la viabilidad de que el TDC de NOLA atienda el mercado japonés, a partir de una comparación estratégica con el TDC de India, con el fin de identificar oportunidades de expansión, optimización de recursos y fortalecimiento del posicionamiento global de Globant en Asia.

4.3 Objetivos Específicos:

4.3.1 Analizar las sugerencias de los Globers registradas en los tickets, con el fin de identificar patrones, necesidades y áreas de mejora que permitan ajustar los procesos del TDC de NOLA hacia una operación alineada con los estándares del mercado japonés.

Refinando Procesos para el Mercado Japonés

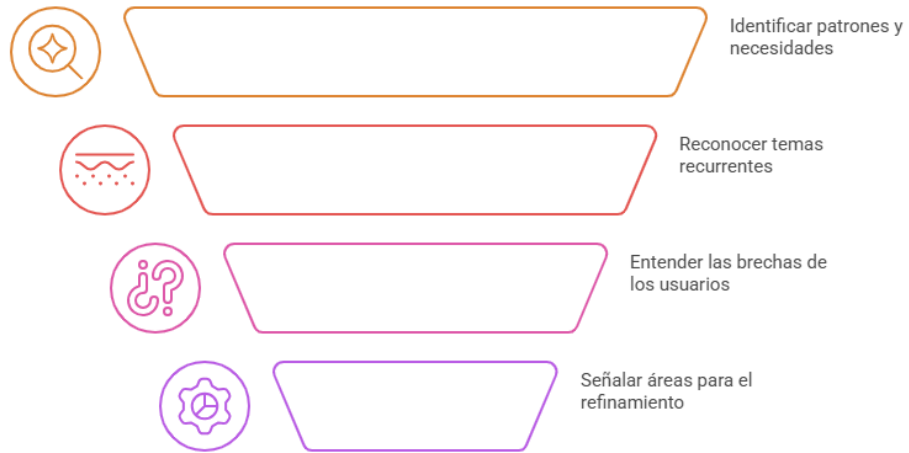


Ilustración 2

4.3.2 Evaluar el rendimiento del DOJO mediante el análisis de métricas de aprendizaje y desempeño, para determinar la preparación técnica del talento en Colombia frente a las exigencias tecnológicas del mercado asiático.

Evaluación del Rendimiento del DOJO



Ilustración 3

- 4.3.3 Realizar un análisis detallado de la demanda actual y potencial proveniente del mercado japonés, con el objetivo de estimar la capacidad operativa que el TDC de NOLA debe alcanzar para responder eficazmente.

Análisis de Demanda del Mercado Japonés



Ilustración 4

4.3.4 Apoyar el proceso de IM (Identity Management) de los Globers para garantizar el acceso oportuno a herramientas y plataformas que optimicen la colaboración con clientes internacionales, especialmente en contextos multiculturales como el japonés.

Mejorando la Colaboración Internacional

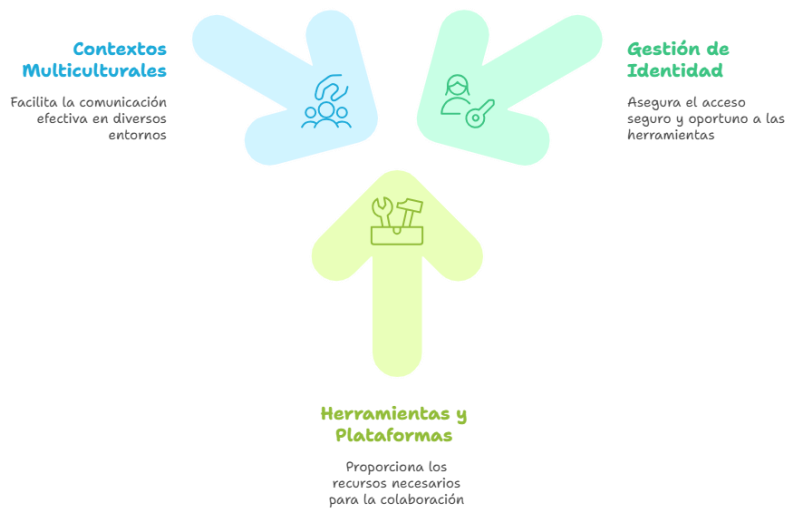


Ilustración 5

- 4.3.5 Gestionar los procesos de Open Career de manera estratégica, fomentando el desarrollo de habilidades clave como dominio del idioma, pensamiento analítico y adaptabilidad cultural que potencien el perfil global del talento colombiano.

Potenciando el Talento Colombiano para el Éxito Global

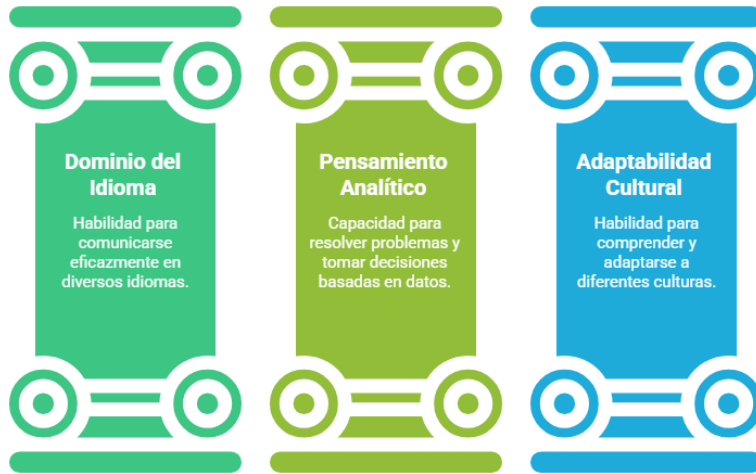


Ilustración 6

- 4.3.6 Hacer seguimiento continuo a los New Hires, monitoreando su adaptación, nivel de integración y competencias, para asegurar que el equipo cuente con el talento adecuado para expandirse a nuevos mercados como Japón.

Integración de Nuevos Empleados para Expansión Global



Ilustración 7

5. Informe Ejecutivo

El análisis de las sugerencias realizadas por los Globers desde el área de Staffing ofrece una visión estratégica del comportamiento de la oferta y la demanda en tiempo real. A través de esta información es

posible identificar tendencias en cuanto a tecnologías requeridas, perfiles profesionales, niveles de experiencia solicitados y características específicas de los proyectos en curso. Este insumo permite realizar un mapeo detallado de las necesidades globales, particularmente en áreas como el desarrollo de software e inteligencia artificial. Al proyectar este análisis hacia el mercado japonés, se pueden detectar coincidencias o vacíos entre lo que NOLA actualmente ofrece y lo que dicho mercado demanda. Esta comparación facilita la identificación de las fortalezas actuales del TDC, así como de los ajustes necesarios para alinearse con los estándares y expectativas de calidad japoneses. Por ejemplo, tecnologías como Java, Quality Control (QC) y Test Automation Engineering (TAE) se presentan actualmente como perfiles altamente demandados, especialmente con experiencia en niveles Senior. De este modo, las sugerencias internas y su cruce con la gestión del DOJO brindan una perspectiva integral sobre la capacidad operativa de NOLA, ofreciendo indicadores clave para anticipar si el centro está preparado para cubrir con éxito las exigencias del mercado japonés.

Las sugerencias realizadas desde el área de Staffing se encuentran directamente relacionadas con la gestión del DOJO, ya que este espacio formativo concentra gran parte de la oferta técnica disponible en el TDC. Una evaluación cercana del rendimiento de los Globers que se encuentran en entrenamiento, junto con un análisis exhaustivo de los perfiles que actualmente se están formando, permitirá identificar con precisión la capacidad operativa que tiene el centro para atender las demandas específicas del mercado japonés.

Según el blog especializado HirePlanner, Japón ha identificado 15 roles tecnológicos clave con alta demanda para el año 2025, entre los que se destacan desarrolladores en diferentes lenguajes como DevOps Engineer, Big Data Analyst, Data Scientist entre otros perfiles. Este tipo de información permite reconocer que el DOJO de NOLA cuenta con perfiles en formación que ya se alinean con dichas exigencias, lo cual representa una ventaja competitiva inmediata. Además, este análisis sirve como base para planificar nuevas rutas de entrenamiento que fortalezcan los conocimientos técnicos de los Globers,

mejorando su preparación y aumentando la capacidad del TDC para responder a los requerimientos del mercado japonés con talento calificado y actualizado.

Si bien el fortalecimiento técnico del talento es un pilar clave en la preparación del TDC de NOLA para atender al mercado japonés, también resulta esencial enfocar esfuerzos en el desarrollo de competencias interculturales. En este sentido, es fundamental mapear las capacidades actuales del DOJO en cuanto a dominio del idioma japonés y comprensión cultural. Dado que el nivel de familiaridad con el idioma puede ser básico o incluso inexistente, se hace necesario implementar una estrategia de formación lingüística progresiva, acompañada de programas de sensibilización cultural, que permita a los Globers desenvolverse con mayor comodidad en entornos de interacción con clientes japoneses.

Este enfoque toma aún más relevancia si se considera que uno de los principales diferenciadores del TDC de India ha sido precisamente su cercanía cultural y lingüística con el mercado asiático, lo que facilita la comunicación y mejora la experiencia del cliente. Por ello, preparar al talento de NOLA para enfrentar con éxito estas dinámicas multiculturales se convierte en una apuesta estratégica que puede posicionar al centro como una opción viable en términos de costos, sin sacrificar la calidad del servicio.

Aunque la inversión en formación lingüística y cultural representa un esfuerzo económico, el retorno potencial está directamente relacionado con el crecimiento de la demanda en la región asiática. Este tipo de formación puede ser decisiva para competir en igualdad de condiciones con el TDC de India y ofrecer al mercado japonés una alternativa fresca, innovadora y adaptada a sus exigencias.

Este esfuerzo debe ir articulado con una visión estratégica de crecimiento en la contratación de nuevo talento. Para que el TDC de NOLA se consolide como una opción viable ante el mercado japonés, es fundamental ampliar los focos de búsqueda de perfiles, incluyendo criterios que no sólo evalúen habilidades técnicas, sino también competencias lingüísticas y culturales orientadas al contexto asiático. En este sentido, identificar y atraer talento colombiano que ya cuente con conocimientos en idioma

japonés o experiencia previa en entornos multiculturales puede representar un primer paso clave para establecer una base sólida de conexión con el ecosistema empresarial japonés.

Esta aproximación no requiere un cambio drástico en el presupuesto actual, sino una estrategia inteligente que permita conformar una pequeña población de muestra altamente estratégica capaz de actuar como puente entre el TDC y el mercado japonés. Estos perfiles, además de cubrir necesidades técnicas, funcionarían como agentes de integración cultural y aceleradores de procesos de adaptación interna, fortaleciendo así la propuesta de valor de NOLA como un centro con proyección internacional sólida.

El seguimiento cercano a estos New Hires permitirá evaluar no solo su desempeño, sino también su rol como facilitadores de la expansión en Asia. Esta lectura contribuirá a identificar oportunidades de mejora, establecer buenas prácticas, y ajustar los procesos de reclutamiento y formación para garantizar que la operación esté alineada con los objetivos de internacionalización de Globant en mercados de alta exigencia como Japón.

6. Plan de mejora

En los últimos años, el gobierno japonés ha consolidado alianzas estratégicas con el sector privado para impulsar la digitalización a nivel nacional. Este compromiso no solo ha fortalecido el crecimiento del mercado interno, sino que también ha captado la atención de múltiples empresas extranjeras, atraídas por el tamaño del mercado y la infraestructura tecnológica avanzada del país. Respaldado por políticas públicas sólidas, Japón continúa expandiendo su ecosistema digital con una visión clara: la construcción de una *Sociedad 5.0*. Este concepto busca resolver problemáticas sociales mediante la integración de tecnologías emergentes, promoviendo un entorno regulatorio actualizado, el intercambio de datos transfronterizos e interindustriales, incentivos a la innovación digital y la atracción activa de talento y empresas internacionales (JETRO, 2024).

Actualmente, el entorno digital japonés está siendo moldeado por sectores estratégicos que reciben una atención prioritaria tanto del gobierno como de la inversión privada. En particular, cinco mercados clave

están destacando por su crecimiento, apertura y potencial: la inteligencia artificial (IA), con un notable aumento de inversión pública y privada; la ciberseguridad, caracterizada por una fuerte presencia de empresas extranjeras que ofrecen soluciones especializadas; el espacio virtual o *Metaverso*, que abre oportunidades significativas para la implementación social y nuevos modelos de negocio; la Web 3.0, cuyo entorno normativo y comercial está mejorando progresivamente; y finalmente, el sector *FinTech*, donde las compañías internacionales juegan un rol fundamental en la transformación del sistema financiero japonés (JETRO, 2024).

En este panorama, Globant encuentra una ventana de oportunidad para fortalecer su presencia en el mercado japonés, especialmente si se considera que, a pesar de la limitada interacción actual con este mercado, ya existe una referencia positiva a través del TDC de India. Este precedente representa un punto de entrada estratégico para introducir un nuevo núcleo operativo: el TDC de NOLA. La intervención que se propone apunta precisamente a posicionar a NOLA como una alternativa competitiva frente al TDC de India, destacando sus ventajas comparativas.

Entre estas ventajas, se resalta la creciente disponibilidad de talento calificado en Colombia. En los últimos años, el país ha experimentado un aumento significativo en la formación de profesionales en áreas como ingeniería de software, tecnologías de la información y transformación digital. Este fenómeno se debe, en parte, al auge de programas universitarios especializados y a iniciativas público-privadas que promueven la educación tecnológica. Esta base de talento emergente representa un recurso estratégico para alimentar el DOJO de Globant y preparar perfiles alineados con los requerimientos del mercado japonés.

Análisis de la Estrategia de Digitalización Japonesa



Ilustración 8

Adicionalmente, Colombia presenta una estructura de costos laborales altamente competitiva frente a otros hubs tecnológicos como India. Aunque factores como la diferencia horaria y las competencias lingüísticas aún presentan desafíos estando India mucho más familiarizada con el inglés en contextos empresariales, Colombia ha mostrado avances notables en el dominio del idioma, especialmente entre los jóvenes profesionales de centros urbanos. Esto, combinado con una mayor adaptabilidad cultural y una sólida infraestructura tecnológica, posiciona al TDC de NOLA como una alternativa viable y estratégica para atender la demanda tecnológica del mercado japonés con eficiencia, calidad y una propuesta de valor diferenciada. En línea con lo anterior, una propuesta de valor

Ventajas Comparativas del TDC NOLA



Ilustración 9

verdaderamente competitiva en el mercado japonés no puede limitarse únicamente a las habilidades técnicas del talento; debe incorporar una profunda comprensión cultural y una capacidad comunicativa adaptada al contexto local

En este sentido, la implementación de un programa de formación en el idioma japonés, así como una capacitación que permita una inmersión cultural orientada a prácticas empresariales japonesas, representa una inversión estratégica que trasciende lo operativo. Al fortalecer estas competencias dentro del DOJO de NOLA, Globant no solo incrementa su capacidad de respuesta frente a las exigencias del mercado asiático, sino que también proyecta una imagen de compromiso, adaptabilidad y respeto cultural que es altamente valorada en Japón. Esta ventaja no solo mejora la experiencia de los clientes japoneses al reducir las barreras de comunicación, sino que optimiza los procesos de colaboración remota y fortalece los lazos comerciales sostenibles.

Estrategias para ingresar al mercado japonés



Ilustración 10

A todo esto, es importante y significativo reconocer los esfuerzos gubernamentales de Japón en cuanto a las necesidades de sostenibilidad y energía, enfoques que se alinean con la identidad de Globant, lo que apunta tanto a las metas nacionales como a las metas globales de la empresa, permitiendo avanzar hacia un cumplimiento conjunto de objetivos que trascienden lo tecnológico y se anclan en una visión compartida de desarrollo responsable y sostenible. En ese mismo sentido, la decisión de expandir operaciones hacia Japón no solo representa una estrategia comercial, sino una apuesta por ingresar a uno de los ecosistemas más exigentes, sofisticados y culturalmente enriquecedores del mundo. Japón es reconocido globalmente por su ética de trabajo rigurosa, su inquebrantable compromiso con la calidad reflejado en prácticas como el Kaizen y su liderazgo en innovación tecnológica y automatización. Entrar en este mercado implica alinearse con estándares de excelencia que constantemente desafían a las empresas a elevar su rendimiento, su eficiencia operativa y su orientación al cliente.

No se trata únicamente de vender en Japón; se trata de formar parte de un sistema que funciona como un foco de mejora continua. Lograr posicionamiento en este entorno supone, en muchos sentidos, obtener una “certificación implícita” de competitividad global. Las expectativas del consumidor japonés, entre las más altas del mundo, fuerzan a las marcas a adaptarse, refinar sus procesos y ofrecer experiencias memorables. Esta dinámica no solo impulsa el desarrollo interno de la compañía, sino que también habilita oportunidades para alianzas estratégicas, acceso a cadenas de suministro avanzadas y conexión con hubs de innovación que marcan tendencia a escala global.

Globant, por su parte, está en una posición privilegiada para asumir este reto. Su presencia en más de 30 países, su historial de trabajo con empresas líderes como Google, Disney, Rockwell Automation y Santander, y su capacidad comprobada para liderar transformaciones digitales con enfoque humano, la convierten en un actor clave para esta expansión. Además, Globant no solo crea tecnología: forma talento. Su compromiso con la educación tecnológica y el desarrollo de habilidades digitales en los países donde opera refuerza una visión que trasciende lo económico. En Japón, esto se alinea perfectamente con los valores de largo plazo, sostenibilidad e innovación social que marcan la agenda nacional. Así, la conexión entre Globant y el mercado japonés no es solo viable: es estratégicamente relevante y profundamente

coherente con los valores y objetivos de ambas partes.

Áreas de Colaboración



Ilustración 11

Para analizar directamente cada uno de estos procesos de integración, será necesario evaluar mediante diversos indicadores clave de desempeño (KPIs) la viabilidad de alcanzar una integración total del mercado y el cumplimiento del proyecto. Estos indicadores se distribuyen en diferentes fases con sus respectivos KPI:

Fase	Indicador (KPI)
1. Análisis de mercado y entorno	Número de reportes de mercado japonés analizados
	Mapeo de oportunidades por sector estratégico
	Nivel de alineación de valores Globant-Japón (sostenibilidad, calidad, etc.)
2. Formación técnica y cultural (DOJO NOLA)	% de globers con capacitación técnica en áreas clave
	% de globers con nivel B1 en japonés
	Nº de talleres de cultura empresarial japonesa dictados
	Resultados de evaluación intercultural pre/post
3. Inserción y networking comercial	Nº de contactos estratégicos en Japón
	Feedback positivo recibido de socios japoneses

4. Comparación frente al TDC India Costo promedio por hora en proyectos Japón (comparado con India)

Nivel de satisfacción de clientes japoneses

Tiempo promedio de respuesta a requerimientos desde Japón

5. Expansión operativa y escalabilidad

Nº de nuevos globers contratados para proyectos con Japón

Ingresos anuales generados desde Japón

ROI del programa de formación cultural y de idioma

6. Impacto sostenible y estratégico

Nº de proyectos con enfoque sostenible ejecutados con clientes japoneses

Participación de Globant en iniciativas nacionales de innovación en Japón

Aportes a mi Formación Personal

La estructuración de este plan de internacionalización a Japón ha tenido un impacto positivo y significativo en mi desarrollo profesional y personal. Más allá de su valor académico, este ejercicio representa una oportunidad real para comprender los desafíos y beneficios de la internacionalización corporativa, al mismo tiempo que abre un panorama de posibilidades dentro del sector tecnológico global. El análisis del mercado japonés y la identificación de oportunidades concretas me han permitido fortalecer mi capacidad para investigar, interpretar información estratégica y proyectar escenarios futuros, habilidades clave para cualquier profesional que aspire a liderar procesos de expansión en contextos internacionales.

Además, este trabajo me ha permitido reconocer el valor de una comunicación global efectiva, en la que no solo se debe manejar el lenguaje técnico, sino también cultivar la empatía, la adaptabilidad y la conciencia intercultural. La preparación y organización que exige diseñar un plan como este me ha llevado a perfeccionar mis hábitos de trabajo, desarrollando mayor responsabilidad, pensamiento estratégico y una mejor gestión del tiempo.

Entrar en contacto con los valores empresariales y culturales de Japón, como la disciplina, el enfoque en la calidad continua (kaizen) y la visión a largo plazo, ha sido particularmente transformador. No solo ha enriquecido mi perspectiva profesional, sino que también me ha impulsado a reevaluar mis propias prácticas y aspiraciones. Entender una forma de vida estructurada, eficiente y centrada en el bienestar colectivo me ha permitido ver la vida con mayor apertura, detectar oportunidades de crecimiento personal y proyectar una visión más global e inclusiva para mi futuro profesional. En definitiva, este proyecto ha sido una experiencia formativa integral, que me deja herramientas valiosas tanto para el ejercicio laboral como para el fortalecimiento de mi carácter.

Aportes a mi Formación Profesional

Este plan de internacionalización representa un aporte significativo para mi desarrollo profesional, ya que integra múltiples áreas de análisis y evaluación directamente relacionadas con el enfoque de mi carrera.

Más allá del fortalecimiento de habilidades blandas que ya he venido desarrollando a lo largo de mi proceso de prácticas, este proyecto me ha impulsado a pensar estratégicamente en soluciones que beneficien no solo un área específica, sino a la estructura empresarial en su conjunto. Diseñar un plan que aborda una oportunidad de mejora para una compañía global como Globant me ha permitido adoptar una visión más amplia y globalizada, orientada a la expansión de servicios hacia nuevos mercados, incluso aquellos más distantes y culturalmente distintos al nuestro, como Japón.

Esta experiencia me ha enseñado a considerar con mayor precisión los recursos disponibles dentro de la empresa, lo cual me ha convertido en una persona más eficiente y capaz de proponer soluciones realistas y viables. Además, me ha brindado la posibilidad de aplicar y consolidar competencias clave desarrolladas en mi formación académica, como la comunicación intercultural, el uso de un segundo idioma, la negociación y la cooperación en entornos internacionales.

La elaboración de este plan también ha exigido el desarrollo de una investigación profunda y estratégica, permitiéndome identificar necesidades concretas del mercado y diseñar propuestas para abordarlas de manera efectiva. En este sentido, considero que la ejecución correcta de este tipo de iniciativas no solo refleja mi crecimiento académico y profesional, sino que también marca el inicio de una etapa en la que puedo implementar con mayor solidez las habilidades adquiridas a lo largo de mi carrera, proyectándome como un profesional con visión global y compromiso con la mejora continua.

Conclusiones

Japón ha consolidado en los últimos años un crecimiento sostenido y estratégico en el desarrollo del sector tecnológico, posicionándolo como un pilar fundamental para el impulso de su economía. Este entorno, respaldado por políticas públicas orientadas a la digitalización, la sostenibilidad y la innovación, convierte al país en un escenario altamente atractivo para compañías globales del sector IT

Globant, reconocida por su experiencia en transformación digital y formación de talento tecnológico, encuentra una oportunidad de expansión en el mercado japonés, pues la afinidad entre los valores de innovación, sostenibilidad y calidad compartidos tanto por la empresa como por el país refuerza la viabilidad de esta internacionalización, permitiendo no solo el crecimiento empresarial, sino también el fortalecimiento de una relación estratégica que trasciende lo comercial.

La experiencia en el área de Staffing dentro de Globant me ha permitido afianzar y poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de mi formación universitaria. El contacto constante con profesionales de distintas áreas que se articulan con Staffing ha enriquecido mi visión sobre el funcionamiento real de una empresa global. La diversidad de procesos, la necesidad de adaptación constante y el dinamismo propio del área me han retado a desarrollar habilidades clave como la gestión bajo presión, la comunicación efectiva y la toma de decisiones en contextos cambiantes. Además, esta vivencia ha reforzado mi capacidad para trabajar en equipo, priorizar tareas y responder con agilidad ante situaciones imprevistas.

Durante mi desarrollo como profesional tuve la oportunidad de enfrentarme al contexto internacional lo que me abrió las puertas para encontrarme preparado al momento de afrontar las prácticas profesionales, el constante acompañamiento de mis docentes y la formación enfocada en la investigación y el desarrollo de diferentes trabajos de investigación impactan de manera positiva, nutriendo mis capacidades de adaptación a los diferentes contextos generando que el espacio de las prácticas fuera un espacio de continuo aprendizaje y con las herramientas suficientes para enfrentar un entorno cambiante.

La decisión de realizar un trabajo de internacionalización a una empresa multinacional que lleva años de experiencia en el mercado viene del acompañamiento del docente Jackson, su experticia en el tema y su constante acompañamiento facilitaron la decisión de impactar de una manera más internacional, sacando a relucir los conocimientos adquiridos durante la carrera.

Recomendaciones:

Globant debería fortalecer sus esfuerzos de internacionalización hacia el mercado asiático. Aunque ya ha existido cierta interacción con esta región, el contexto global actual presenta oportunidades significativas en un mercado dinámico y en constante crecimiento. Ingresar de manera estratégica a este entorno no solo ampliará el alcance de la empresa, sino que enriquecería su cultura organizacional a través de la integración multicultural, lo que a su vez generaría aprendizajes valiosos que podrían impulsar a la compañía hacia nuevos niveles de innovación y competitividad.

El acompañamiento brindado por el asesor de prácticas ha sido un factor clave durante el proceso. Por ello, sería altamente beneficioso promover espacios de retroalimentación más frecuentes, personalizados y orientados a las necesidades individuales de cada practicante. Esto no solo fortalecería el componente académico del proceso, sino que también permitiría establecer una relación más cercana, empática y constructiva con el desarrollo profesional de los estudiantes.

Recomendaría a mi líder empresarial continuar promoviendo la participación de los practicantes en proyectos diversos, brindándoles la oportunidad de asumir nuevos retos y explorar diferentes áreas. Estas experiencias contribuyen significativamente al fortalecimiento de habilidades clave, preparándolos de manera más sólida para los desafíos profesionales del futuro y fomentando un aprendizaje más integral dentro del entorno laboral.

Dado el valor que ofrecen empresas como Globant en la formación profesional de los estudiantes, la

universidad debería procurar una vinculación más activa con este tipo de organizaciones. Participar en los eventos y espacios de networking que estas compañías organizan no solo visibiliza a la institución, sino que también amplía las oportunidades para los estudiantes, promoviendo prácticas empresariales enriquecedoras y facilitando el acceso a experiencias formativas de alto impacto.

Webgrafia

<http://store.marketline.com/report/technology-themes-2021-tracking-development-of-3-key-trends-5g-quantum-computing-and-artificial-intelligence-ai/#tab-table-of-contents>

<https://store.marketline.com/report/software-in-japan-market-summary-competitive-analysis-and-forecast-to-2025/>

<https://store.marketline.com/report/it-services-in-japan-market-summary-competitive-analysis-and-forecast-to-2025/>

<https://store.marketline.com/report/it-services-in-japan-7/>

<https://store.marketline.com/report/japan-it-services-market-analysis/>