

## Entrevista

Por Luis Prats  
lprats@observador.com.uy

## Martín Migoya

FUNDADOR Y CEO DE GLOBANT

La compañía argentina se instala con una fuerte inversión en Aguada Park para desarrollar software, pensando en su expansión en América Latina y más allá



# “QUEREMOS CREAR UNA MULTINACIONAL EXITOSA”

**1** Su empresa casi encuadra en la historia tradicional de la compañía de informática nacida en un garaje. ¿Cómo fueron esos comienzos?

No fue en un garaje pero sí en un apartamento de diez metros en (la ciudad argentina de) La Plata, donde cuatro amigos empezamos a soñar con una empresa de desarrollo de software, pensando América Latina y hacia el resto del mundo, en especial EEUU e Inglaterra. Eso fue en abril del año 2003.

**2** Siete años después, tienen 1.200 empleados y facturan unos US\$ 40 millones. ¿Cuáles fueron las razones para un crecimiento tan rápido?

Hay muchas. En esta industria hay que ser muy bueno en tres o cuatro cosas. Tener un diseño y creatividad muy grandes. Un equipo de ingeniería muy fuerte. Muchísima innovación. Un sistema que pueda soportar el acceso de millones de personas a esos sitios, porque trabajamos también en temas de infraestructura. Aportamos un approach diferente al viejo desarrollo de software, que era sólo ingeniería. Nosotros aportamos ingeniería,

diseño innovación e infraestructura, todo en un mismo paquete, por eso crecimos tanto. Esos son los valores intrínsecos. Hay otros extrínsecos. Tenemos la misma zona horaria que los clientes, un grupo de gente talentosa y todavía intacta en materia de utilización en América Latina y un encaje cultural entre los ingenieros de los clientes y los nuestros. Nuestro equipo de fundadores es muy complementario y nos hemos rodeado de gente brillante en lo que hace.

**3** ¿Qué tipo de software desarrollan?

Muchos diferentes, desde juegos como el FIFA 2010. También fuimos a la primera compañía que desarrolló para Google fuera de su sede, Googleplex, en Mountain View. Y lo hicimos en Tandil, una ciudad argentina, hace cuatro años. Desarrollamos aplicaciones que testean juegos automáticamente. Tenemos además un área que se llama Business Productivity para mejorar la productividad de las empresas, con portales sociales dentro de esas empresas

**4** ¿Cuáles son sus principales clientes?

Son muchos. Nike, Disney, Dreamworks, Dell, Sabre, Coca-Cola, el ya mencionado Google...

**5** ¿Qué los decidió a instalarse en Uruguay y en particular en Aguada Park?

Aguada Park es un proyecto revolucionario en términos de la ubicación y los beneficios que ofrece. Y a Uruguay lo elegimos porque es un mercado muy interesante en términos de la cantidad de gente capacitada. Nos gusta mucho la cultura uruguaya, la conectividad que puede existir entre nuestros clientes y los potenciales “globers” uruguayos es excelente.

Y queremos estar en Uruguay para seguir dando oportunidades en América Latina como queremos. Una de nuestras misiones es llevar oportunidades a todos lados. Primero fuimos a Colombia, luego Uruguay, ahora estamos pensando en Perú. Para nosotros es una misión expandirnos por América Latina y ser actores a nivel del continente.

**6** ¿Que inversión tienen pensada, cuánta gente emplearán y cuándo se instalarán en Aguada Park?

Pensamos invertir US\$ 12 millones y tener 250 puestos de trabajo en dos años. Y comenzaremos en junio. Vamos a desarrollar software desde Uruguay, pero si se puede atender a empresas locales, lo vamos a hacer también.

## PERFIL

Edad: 42 años

Profesión: ingeniero electrónico con un máster en administración de empresas

Fanático: del rugby y la música

Asegura que Aguada Park es un proyecto «revolucionario» y que Uruguay ofrece un mercado interesante «en términos de la cantidad de gente capacitada»

**7** ¿Qué perfil buscan para su equipo en Uruguay?

Esencialmente buscamos gente con gran capacidad. Ingenieros, estudiantes, hasta profesores, pero que tengan mucha inteligencia, mucha actitud y que quieran crear desde América Latina una corporación y no importarlas como era la costumbre. Las decisiones se van a tomar desde América Latina. La visión de compañía que queremos es una compañía amplia pero cuyas decisiones se tomen en la región. Queremos crear una multinacional exitosa en Estados Unidos. Y allá vamos.

**8** ¿Piensan continuar con la política de publicar avisos ingeniosos y enigmáticos para reclutar su personal?

Nos encanta ese tipo de desafíos y creo que logramos un buen filtro para la gente que buscamos con nuestros avisos. Lo adoptamos como una política corporativa. En los primeros avisos está concentrada la mayor tensión, porque al principio no ponemos el logo, no se sabe quién lo publica, hasta que al final de la serie lo decimos. Ahora muchos lo saben y perdió un poco de gracia, pero lo vamos a seguir haciendo.