Globant AI PODS

PREMIOS EIKON 2026

- **Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse.** 20 – Campaña General de Difusión
- **Capítulo:** Internacional
- **Título del programa:** Globant AI PODS
- **Compañía:** Globant
- **Departamento:** Marketing y Comunicaciones
- **Responsable del plan:** Wanda Weigert (CMO y Directora Ejecutiva de Globant en Argentina), Romina Pascutto (Brand Experience Manager).

Globant AI PODS

PREMIOS EIKON 2026

1. Introducción y Diagnóstico

Con el surgimiento de la Inteligencia Artificial, la industria tecnológica atraviesa una revolución comparable, en escala e impacto, a la aparición de internet. En esta nueva era, en Globant entendimos rápidamente que era necesario reinventar nuestro negocio desde sus fundamentos.

Durante décadas, el sector se estructuró sobre un modelo basado en horas-hombre, una lógica que la Inteligencia Artificial vino a desafiar.

Así nacieron los **AI Pods**: El primer modelo de suscripción para servicios de software e ingeniería potenciados por IA. Y tuvimos la oportunidad de Liderar la Reinvención Empresarial en la Era de la IA.

Los AI Pods brindan acceso a IA agéntica, orquestada y supervisada por expertos de Globant. Crean soluciones más inteligentes y escalables, con menores costos y tiempo de producción.

El gran desafío no fue únicamente tecnológico, sino también comunicacional. Como pioneros, asumimos el riesgo de evangelizar al mercado y transformar la incertidumbre en confianza, convirtiendo una compleja arquitectura agéntica en una ventaja competitiva tangible para nuestros clientes.

2. Nuestra Propuesta

La campaña no fue concebida simplemente para vender un servicio, sino para liderar una categoría que aún no existía: los AI Pods.

Asumimos el desafío de lanzar un modelo inédito de suscripción a servicios de ingeniería, replanteando el negocio desde sus bases para dejar atrás la lógica de facturación por horas y evolucionar hacia un sistema centrado exclusivamente en resultados y supervisado por expertos.

Esta innovación requirió la implementación de una Campaña de Comunicación Global 360° que nos permitió amplificar el lanzamiento en los medios más prestigiosos del mundo, transformar la incertidumbre en confianza y convertir una tecnología compleja en una solución funcional, escalable y tangible para nuestros clientes.

Así, Globant no solo presentó una nueva propuesta de negocio, sino que se posicionó como el arquitecto de un paradigma tecnológico completamente nuevo.

3. **Desarrollo/ejecución del plan**

Implementamos una estrategia de comunicación global 360° multi stakeholder alineada con los objetivos del negocio, integrando audiencias clave: Medios, KOLs, Influencers, Accionistas, Clientes

y Globers (colaboradores internos).

Esta campaña tuvo tres grandes etapas:

1. **Kick off (Junio 2025):** Lanzamiento de la historia global.

La campaña contempló una estrategia integral de comunicación que combinó acciones de earned, owned y paid media, junto con una iniciativa de comunicación interna.

En **earned media**, se distribuyó un comunicado de prensa anunciando el lanzamiento en todos los mercados y se gestionaron entrevistas con medios de Tier 1 para maximizar la cobertura y el alcance.

En **owned media**, se desarrolló una landing page exclusiva para AI Pods, centralizando la información y los recursos de la iniciativa.

En **paid media**, la campaña incluyó un anuncio en *The Wall Street Journal* (Estados Unidos), un billboard en Times Square (Estados Unidos) y una campaña global de influencers para amplificar el mensaje y aumentar la visibilidad.

Finalmente, en **comunicación interna**, se implementó una campaña dirigida a más de 30.000 Globers para dar a conocer el lanzamiento, fomentar el conocimiento de la iniciativa e impulsar el engagement de los equipos.

2. **Large Scale Delivery** (Julio - Diciembre 2025):

La estrategia de comunicación combinó acciones de earned media, engagement, paid media y comunicación interna para fortalecer el posicionamiento del modelo de AI Pods.

En **earned media**, se amplificaron casos de éxito con clientes como LALIGA y YPF, destacando la implementación del modelo de AI Pods, y se gestionaron notas y entrevistas en medios Tier 1 para potenciar su visibilidad.

En **engagement**, se llevó a cabo **Converge 2025**, un evento digital propio que reunió a partners, clientes y referentes de la industria para compartir casos de éxito y experiencias de implementación de AI Pods. Además, se realizó una entrevista exclusiva entre Martín Migoya y Horacio Marín (YPF), centrada en el proyecto Digital Supl.AI y el impacto de la colaboración entre ambas organizaciones.

En **paid media**, se desarrolló un acuerdo con el medio *La Nación* (Argentina) para ampliar el alcance de los principales mensajes de la campaña.

Por último, en **comunicación interna**, se lanzó **The RAIse Challenge**, una iniciativa que invitó a los Globers a identificar un desafío de negocio real, diseñar una hoja de ruta para transformarlo en un AI Pod y participar por premios, impulsando la adopción del modelo y fomentando la innovación desde dentro de la organización.

3. **Conversión (Enero - Abril 2026):** Comunicación de resultados de negocio orientada a accionistas.

En **owned media**, se comunicó el desempeño y los resultados de AI Pods durante las Earnings Calls correspondientes al cuarto trimestre de 2025 y al primer trimestre de 2026, brindando a los accionistas una actualización sobre el impacto y la evolución de esta iniciativa dentro del negocio.

4. Resultados/evaluación

En prensa la campaña obtuvo más de 460 impactos en medios a nivel global, alcanzando un VAP superior a USD 3,1 millones y un alcance de más de 295 millones de personas. El 42% de las publicaciones correspondieron a medios Tier 1 y se logró cobertura en referentes internacionales como Business Insider, Technology Magazine, El Cronista, La Nación, El Español, Investing e InforChannel, además de presencia en Wall Street Journal mediante acciones de paid media. Todo el resultado fue impulsado por una campaña 100% orgánica, complementada con activaciones puntuales de pauta.

La estrategia de Social Media generó más de 1,2 millones de personas alcanzadas y 562 mil visualizaciones a través de 103 publicaciones en cinco plataformas. LinkedIn fue el principal canal de desempeño, concentrando el mayor alcance y engagement, mientras que Instagram y YouTube impulsaron el consumo de contenido en video. Los posts con mejor rendimiento destacaron los mensajes sobre AI Pods, inteligencia artificial empresarial y el modelo de suscripción, consolidando el interés de la audiencia por la propuesta de valor de Globant.

La campaña global con influencers amplificó el lanzamiento de AI Pods, generando más de 181 mil visualizaciones y cerca de 1.500 interacciones entre YouTube e Instagram. La colaboración con creadores especializados en tecnología permitió alcanzar audiencias altamente relevantes, destacando Matt Wolfe con más de 119 mil visualizaciones, seguido por Thomas Kim y Pooja Dutt, quienes reforzaron la visibilidad de la campaña mediante contenido en formato short video.

La estrategia de comunicación interna logró una alta participación de los Globers a través de una combinación de campañas de email, contenidos educativos y activaciones en canales internos. Las 16 comunicaciones segmentadas alcanzaron un 78% de apertura y un 39% de click-to-open, superando ampliamente los promedios habituales. Además, iniciativas como el canal de Slack, la trivia sobre AI Pods, casos de éxito y el desafío global *The RAIse Challenge* movilizaron a más de 100 colaboradores, fortaleciendo la adopción y el compromiso con la propuesta de AI Pods a nivel global.

La campaña logró consolidar el posicionamiento de Globant como un socio estratégico para acelerar la adopción de IA en las empresas. A través de una nueva edición de Globant Converge, se reunieron clientes, partners y referentes de la industria para compartir casos de éxito concretos, destacándose YPF y LALIGA por la implementación del modelo AI Pods y su impacto en el negocio. La iniciativa alcanzó más de 20.000 usuarios registrados, con una fuerte participación de Argentina (37%), fortaleciendo el liderazgo de la compañía en la conversación sobre transformación impulsada por inteligencia artificial.

Entre junio de 2025 y marzo de 2026, la estrategia de lanzamiento del modelo **AI Pods** permitió a Globant introducir con éxito un concepto inédito en el mercado: la **ingeniería por suscripción**. En un contexto desafiante, la campaña logró posicionar esta propuesta disruptiva como una nueva categoría de servicios, fortaleciendo la percepción de innovación de la compañía y generando confianza entre potenciales clientes.

Los resultados de negocio reflejan el impacto de la iniciativa: el modelo generó **USD 32,8 millones en facturación** y fue adoptado por **más de 20 clientes**, validando tanto su propuesta de valor como su viabilidad comercial. Estos logros consolidaron a Globant como pionero en este nuevo enfoque de servicios impulsados por inteligencia artificial, convirtiendo una apuesta innovadora en oportunidades concretas de crecimiento. *Fuente: Letter to Shareholders Q1 2026.*

5. Conclusión

AI PODS se presentó como una innovación disruptiva en la forma de escalar talento y capacidades AI, con foco en delivery basado en resultados y unidades modulares supervisadas.

La narrativa se desplegó en múltiples voces, combinando perfiles globales que abordaron distintos aspectos del modelo: visión, tecnología, escalabilidad, suscripción y casos de uso.

El contenido principal generó conversación cualitativa de alto nivel, con comentarios que reforzaron los pilares del mensaje (impacto, eficiencia, potencial transformador).

La estrategia tuvo alcance global y coherencia temática, articulando publicaciones desde Latinoamérica y EE.UU. con enfoque en audiencias clave.

A través de un enfoque coordinado de awareness, educación y conversión, AI Pods logró demostrar que era posible ofrecer una nueva forma de escalar el desarrollo tecnológico de manera flexible, segura y rápida, convirtiendo el interés inicial en demanda concreta y fortaleciendo el posicionamiento de Globant como pionero en la reinvención de los servicios de ingeniería para la era de la IA.