

## ENTREVISTA | MARÍA GARAÑA, PRESIDENTA DE MICROSOFT IBÉRICA

### A MODO DE PRESENTACIÓN

A EEUU le debe el sentido práctico, a Latinoamérica las formas y de España siempre ha conservado la tenacidad y la pasión. Así es María Garaña, un cóctel de actitudes y estilos de gestión que ha ido tomando prestados de todos los países y empresas por los que ha pasado. Dice que sus mayores aprendizajes vienen de la gente y asegura que no le asustan los retos ni cree en los límites. Y en su boca estos tópicos empresariales no empalagan.

En julio dejó la dirección general de Microsoft para el Cono Sur y volvió a España como presidenta de la filial, después de doce años de exilio voluntario. Acumula seis años de vertiginosa carrera en Microsoft y otros tantos en empresas como Andersen Consulting, Citibank y Merrill Lynch. Tanta experiencia le ha ayudado a curtirse como directiva y a no medir el desempeño de la gente por el número de horas que pasa sentada en una silla.

# “LA PIRATERÍA ES NUESTRO PRINCIPAL COMPETIDOR”

**A SUS 39 AÑOS, MARÍA GARAÑA TOMA EL MANDO DE MICROSOFT EN LA PENÍNSULA IBÉRICA CON EL OBJETIVO DE CRECER UN 11% EN 2009**

POR ALICIA SERRANO  
FOTOGRAFÍA MÁXIMO GARCÍA

Como presidenta de la filial en España, María Garaña tiene por delante varias tareas: dar el salto de las tripas del PC a Internet y restaurar la confianza en Windows después del fiasco de Vista (el último sistema operativo de Microsoft). Pero quizás la tarea más peliaguda que se le presenta sea demostrar a la gran empresa y a la pyme que las soluciones de Microsoft les permiten obtener la máxima rentabilidad de su inversión en tecnología. Y más difícil aún. Hacerlo en un momento de incertidumbre económica en el que la mayoría de las empresas corta el grifo de su gasto tecnológico. Cuando le preguntas cómo salir de este atolladero sonríe y dice que no tiene una receta mágica, pero está tranquila porque, asegura, ha vivido experiencias de gestión en entornos económicos muy complicados, como el cono sur. En estos casos, ha puesto especial énfasis en gestionar prioridades. “Cuando hay crisis hay que dar al equipo directrices para que se centren en lo importante”, dice.

Tampoco le preocupa que Asimelec, la patronal de las tecnologías de la información (TI), diga que este año se saldrá sin

crecimiento, ni siquiera que advierta que 2009 será mucho más duro. Los malos augurios que planean sobre la industria tecnológica no han conseguido que Garaña frunza el ceño. Ni que modifique las previsiones para la compañía en España: crecer un 11%. Para muchos toda una hazaña en los tiempos que corren. Su lema: “Los riesgos también son áreas de oportunidad”.  
**PREGUNTA.** ¿Cómo va a conseguir crecer por encima de la media del sector?

**RESPUESTA.** A pesar de las previsiones de Asimelec, el sector tecnológico es una industria privilegiada en un contexto como el actual. Y es que si se corta la inversión en tecnología, se corta la productividad y la competitividad. En España, las grandes empresas (que suponen el 50% de nuestro negocio) no han dejado de invertir.

**P.** Pero, ¿y la pyme, que en estos momentos tiene dificultades para seguir a flote y que es uno de los motores de la filial?

**R.** Es el 30% de nuestra facturación, y nos vamos a volcar en ayudarla. Sabe que su crecimiento pasa por invertir en TI, pero su problema es encontrar financiación. Estamos cerrando alianzas con entidades financieras y públicas para ayudarla a tener los recursos necesarios para seguir invirtiendo en tecnología que les permita reducir costes y ser más eficaces.

**P.** El negocio de Microsoft se ha centrado en instalar software que opera desde el disco duro del PC. Ahora han entendido que también es necesario iniciar la transición hacia las aplicaciones basadas en internet...

**R.** La idea es llevar al usuario la capacidad de que tenga la misma experiencia cuan-

**HABLAREMOS DE... ¿QUÉ PASARÁ EN 2009?**


do utiliza tecnología en su PC que en internet. Y que la utilice desde cualquier dispositivo: PC, teléfono o TV. Para reforzar este negocio vamos a lanzar un sistema basado en internet, Windows Azure.

**P.** Les hace falta otro buscador para hacer frente a Google...

**R.** Nos va a llevar tiempo dominar el mercado de las búsquedas, pero tenemos dos ventajas: conocemos muy bien al consumidor y tenemos la tecnología. Sólo en España, el 29% del tiempo que los internautas pasan navegando lo hacen conectados a productos y servicios nuestros, según datos de la consultora Comscore. Y no nos va mal: *Live Search* es el segundo buscador de España con más de 5,5 millones de visitantes al mes. Somos los primeros en correo electrónico, con más de 12 millones de usuarios de Hotmail, y líderes en mensajería instantánea, con más de 14 millones de usuarios de Messenger.

**P.** Hace unos meses ofrecieron 44.600 millo-

nes de dólares por Yahoo! para hacer frente a Google. Yahoo! rechazó la oferta por considerarla insuficiente, pero después quiso retomar las negociaciones...

**R.** Dijimos que queríamos estar en ese negocio con o sin Yahoo! Al final se ha demostrado que los directivos de esta compañía dejaron pasar una gran oportunidad. Ya no tenemos interés por esta adquisición.

**P.** Otro de los retos es restaurar la confianza en Windows después de Vista.

**R.** No entiendo por qué el mercado tiene esa percepción. De hecho, ya hemos vendido más de 180 millones de licencias de Vista en todo el mundo. Es cierto que cuando lo lanzamos algunos *drivers* de distintos fabricantes [software que conecta el sistema opera-


tivo con impresoras, tarjetas de video, etcétera] no estaban preparados. Pero ya hay 77.000 listos. Se aprende de los errores, y en el lanzamiento de Windows 7, en 2010, va-

mos a estar cerca de los fabricantes para que todo funcione correctamente.

**P.** Otro tema clave es la lucha contra el software ilegal...

**R.** La piratería es nuestro principal competidor. En España, el 43% del software instalado es pirata y el ecosistema de las TI pierde unos 40 millones de euros al año. Si de aquí a 2011 se redujera el índice de piratería en diez puntos, se generarían casi 2.000 empleos, 19 millones de euros en impuestos y más de 1.400 millones de euros de facturación en este sector. Hacemos grandes esfuerzos para reducir esta práctica con información, precios atractivos y prevención. Cualquier avance implica un incremento en nuestra facturación y la de nuestros *partners*. Por cada euro que facturamos en venta de licencias, nuestros socios facturan doce en servicios asociados.

**P.** Ha dirigido un cortometraje. ¿En qué se parece la gestión de un director de cine a la de un líder empresarial?

**R.** Mi estructura mental a la hora de llevar una compañía es como si dirigiese una película: planificación, percepción y mucho trabajo. 

**"EL NUESTRO ES UN SECTOR PRIVILEGIADO. Y ES QUE SI SE CORTA LA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA, SE CORTA LA COMPETITIVIDAD"**