

“Mantenerse relevante en tecnología exige propósito, innovación y una obsesión por mejorar”

Fiona Garvey CEO de Softonic

A punto de cumplir 30 años, Softonic sigue siendo un referente mundial en descargas y descubrimiento de software. Hablamos con su CEO, Fiona Garvey.

Softonic cumple casi tres décadas en el mercado. ¿Cuál ha sido la clave de su vigencia en un sector tan cambiante?

Mantenerse relevante en tecnología exige propósito, innovación y una obsesión por mejorar. Desde el inicio, nuestra misión ha sido clara: tender puentes entre las personas y la tecnología. Ese foco ha guiado cada transformación —del escritorio al móvil, de las descargas al descubrimiento, y ahora a la IA y al B2B— sin dejar de ser el mayor portal de descargas de software para desktop.

Nos diferencia que somos una plataforma de descubrimiento: aquí puedes explorar alternativas, comparar opciones y acceder a versiones anteriores verificadas, todo en un entorno seguro y con supervisión editorial. Esa combinación de amplitud, innovación y criterio humano explica por qué seguimos siendo relevantes tras casi 30 años.

¿Qué aporta la adquisición de Appvizer a la estrategia de diversificación y crecimiento?

Appvizer marca nuestra entrada en el negocio B2B. Con sede en Francia y referente en descubrimiento de software profesional, nos aporta presencia europea en uno de los segmentos de mayor crecimiento. No se trata solo de incorporar un activo, sino de escalarlo: unir su especialización local con el alcance global, la tecnología y el “know-how” operativo de Softonic.

Con nuestra experiencia en optimización de tráfico, monetización y controles de calidad y seguridad, impulsamos el crecimiento de la plataforma. Facilitar la elección de software a personas y organizaciones es un paso coherente con nuestra misión de tender puentes entre personas y tecnología.

El último ejercicio ha sido el mejor de la última década, con un crecimiento del 16% interanual. ¿Qué factores han impulsado este éxito?



2024 fue un año excepcional: los ingresos crecieron un 16 % y el EBITDA aumentó más del 150 %, el mejor resultado en diez años. La base es una estrategia disciplinada en tres pilares: innovación, excelencia operativa y diversificación.

Hemos reforzado nuestro negocio principal —creciendo tráfico en un mercado a la baja— con catálogo sólido, calidad y confianza. Profundizamos en alianzas e invertimos en tecnologías que mejoran la interacción con los usuarios y la monetización; por ejemplo, fuimos de los primeros en nuevos formatos de vídeo con Google, con resultados destacables. Y mantenemos acuerdos de largo plazo que crean valor sostenible, como nuestra alianza de 10 años con Opera.

¿Cómo ha evolucionado el modelo publicitario de Softonic y qué peso tiene en su negocio actual?

Hemos pasado de la publicidad genérica a un modelo de calidad priorizando ubicaciones seguras y relevantes, además de formatos cercanos al momento de descarga que no interrumpen la experiencia.

En la parte comercial, gestionamos varios proveedores para maximizar ingresos de forma equilibrada y añadimos una capa de afiliación que monetiza cuando hay resultados reales (descarga, alta o uso de prueba gratuita). El mercado pide

La CEO apuesta por combinar inteligencia artificial y criterio humano para liderar el descubrimiento de software en Europa.

calidad, atención y valor medible; nuestro enfoque combina espacios premium, respeto a la privacidad y decisiones basadas en datos para lograr un mix estable y sostenible para usuarios y anunciantes.

La seguridad es clave en su reputación. ¿Qué medidas han implantado para garantizar descargas seguras?

La seguridad está en el corazón del producto y de nuestra promesa. Cada archivo pasa por verificación de origen, escaneo anti-malware (incluidos partners como VirusTotal) y revisión editorial antes de publicarse. Además, hemos incorporado Informes de Seguridad en cada programa: el usuario ve cuándo y cómo se verificó el archivo. Buscamos transparencia total: explicar qué permisos solicita cada software, recoger reseñas reales y ofrecer una valoración global de seguridad.

Fiona Garvey defiende que la relevancia en tecnología de Softonic se basa en propósito, innovación y una obsesión constante por mejorar.

Descargarte algo de Softonic debe ser fácil y, sobre todo, seguro.

Usted es una de las pocas mujeres al frente de una compañía tecnológica global. ¿Qué significado tiene para usted liderar Softonic en un sector todavía muy masculinizado y qué mensaje cree que transmite este hecho a las nuevas generaciones?

Liderar, para mí, no trata de género, sino de responsabilidad: asegurar un entorno donde las personas rindan al máximo, con respeto, mérito y valores. El sector tecnológico arrastra una baja representación femenina; en Softonic hemos avanzado hasta una paridad cercana al 50 %, tanto en la organización como en la dirección, y seguimos trabajando para consolidarla. Mi prioridad es formar equipos diversos que se cuestionen, aprendan entre sí y decidan mejor.

Mi mensaje: no esperes a sentirte preparada. Da el paso, trabaja con rigor y rodeáte de personas que te impulsen. Liderar no es tener todas las respuestas; es aprender rápido y llevar al equipo contigo.

¿Qué tendencias observa en el mercado del software y cómo se prepara Softonic para anticiparse a los próximos cambios?

Tres tendencias claras. Primero, IA y LLMs - los modelos de lenguaje avanzados - están redefiniendo cómo los usuarios encuentran el software que necesitan: la búsqueda se vuelve conversacional y el usuario exige respuestas precisas y explicables. Estamos estructurando datos, invirtiendo en contenido de calidad y combinando eficiencia de IA con supervisión humana para mantener relevancia y fiabilidad. Segundo, la publicidad digital se mueve hacia la privacidad: menos datos de terceros y más contexto y datos propios con consentimiento explícito, priorizando la confianza y la sostenibilidad a largo plazo. Tercero, el móvil sigue siendo clave: con Softonic.com adoptamos una mentalidad mobile-first, con formatos ligeros y contextuales acordes al comportamiento en estos dispositivos.

En resumen: el futuro del descubrimiento de software —B2C o B2B— pertenecerá a quienes combinan innovación, transparencia y relevancia. Ahí está nuestro foco.

¿Cuál es la visión de futuro de Softonic y qué papel aspira a desempeñar en los próximos años?

Queremos liderar el descubrimiento de software en Europa para consumidores y empresas. A medida que la búsqueda sea conversacional, combinaremos inteligencia de LLMs (ChatGPT, Gemini, Claude, etc) con contenido de alta calidad y criterio humano para que personas y compañías encuentren la solución adecuada, rápido.

Seguiremos apostando por modelos respetuosos con la privacidad y basados en valor, no en impactos irrelevantes. Con Softonic y Appvizer bajo una misma estrategia, estamos construyendo un ecosistema integrado y relevante para descubrir y elegir software, independientemente de la interfaz.