

## ENTREVISTAS

# Jaime Rodríguez (CEO Zucchetti Spain): “Tenemos clientes en todas las provincias del Estado. Somos un player nacional”

Home > Cloud

     

Desde principios de febrero, Jaime Rodríguez dirige el negocio de Zucchetti en España. En esta entrevista, el directivo habla de la situación del mercado del software de gestión y de la trayectoria de Zucchetti Spain, que factura casi 25 millones de euros, emplea a 300 profesionales y cuenta con un canal con más de 300...

Publicado el 5 mar 2026

Juan Cabrera

Director de Channel Partner



Jaime Rodríguez, CEO de Zucchetti Spain

**A** principios de febrero, la filial española de Zucchetti anunció relevo en la dirección. **Jaime Rodríguez** sustituyó a **Justino Martínez** al frente del negocio en España de la multinacional italiana de software de gestión. Rodríguez se conoce bien la compañía, en la que ha pasado por casi todos los departamentos hasta llegar al mando. Ha trabajado con el canal, ha sido implantador, ha programado y en los últimos tiempos ha tratado de consolidar nuevas líneas de negocio. “He tocado todos los palos, como se diría en el mundo del flamenco”, reconoce Rodríguez.

Jaime Rodríguez fue uno de cuatro socios que se lanzaron a la aventura de fundar Solmicro a mediados de la década de los 90. Una firma muy asentada en el País Vasco, y con vocación de atender sobre todo al tejido empresarial industrial de la región con tecnología de Microsoft, algo rompedor en un momento en que seguían dominando los sistemas Unix, y ya con un canal de distribución alrededor.

Al cabo de los años, concretamente en 2016, **Solmicro fue adquirida por Zucchetti**. Era la primera compra de la firma italiana en el mercado español, aunque no la última, pues a esta adquisición siguieron las de empresas como IDS, i68, Arión Grupo BAS, Seteco, Sarce, Altai Soft e iArchiva. Como resultado de esta política expansiva, Zucchetti emplea hoy en España a unos 300 profesionales y factura casi 25 millones de euros.

En esta entrevista, Rodríguez habla de los planes de su compañía y recalca que, contrariamente a lo que se puede pensar, Zucchetti no es una firma centrada en el País Vasco sino que tiene una vocación nacional. Gracias a un canal de distribución formado por 45 compañías y unos 300 profesionales certificados en sus soluciones.

**¿Cómo acabó Zucchetti Spain el año 2025 en términos de negocio? ¿Cuáles fueron las palancas que más tiraron de compañía el pasado año?**

Acabamos bien. 2025 ha sido un buen año para Zucchetti Spain. Cerramos con una cifra de negocio de 24,7 millones de euros, un 7% más que el año anterior. Consolidando, además, la época de crecimiento y expansión que hemos venido desarrollando en los últimos años. El año pasado se comportaron muy bien las líneas clásicas de nuestra oferta (ERP y CRM). Pero no solo.

Hace muchos años pusimos en marcha nuevas líneas de negocio como secuencia de nuestra entrada en Grupo Zucchetti. Hablo de software de recursos humanos o de soluciones para la cadena de suministro (SGA y MES). Y esas líneas ya están consolidadas y son las que verdaderamente han pegado un impulso muy fuerte a nuestro negocio en 2025.

Ya somos 300 trabajadores. Tenemos un canal de distribución formado por otros 300 consultores certificados en nuestra tecnología y tenemos un abanico de soluciones para prácticamente todos los sectores y todos los tamaños de empresa.

**¿Cómo se presenta el 2026, un año en el que se van a ir acabando los fondos europeos y en el que Verifactu se ha quedado en el limbo debido a su aplazamiento al 1 de enero de 2027?**

Los fondos europeos y normativas como **Verifactu** o, en un futuro próximo, **la factura electrónica**, ha provocado que muchas empresas hayan actualizado sus sistemas. Sin embargo, nosotros ponemos más el foco en la digitalización de procesos más estructurales en las empresas, como logística, finanzas o recursos humanos.

La implantación de un ERP no es una decisión que se puede improvisar. Tiene un componente estratégico para las empresas y supone una inversión elevada. Hay que hacerlo con cuidado. Es una decisión de tal calado que no depende tanto de ayudas de la Administración. En este sentido, vemos con optimismo 2026. Hemos empezado con una cartera de proyectos muy interesante.

**En cualquier caso, ¿qué valoración hace del retraso de Verifactu un año?**

En primer lugar, creo que fue un alivio para muchas empresas pequeñas que no llegaban a tiempo. Por otro lado, entre los proveedores de software como nosotros y las empresas que sí habían hecho los deberes la decisión **ha provocado confusión e incompreensión**. El resultado, siendo prácticos, es que ahora las empresas van a tener más tiempo para abordar este cambio.

**¿Usted cree que, por una cuestión de convocatoria de elecciones, o porque haya intención en el Gobierno de juntar Verifactu y la factura electrónica obligatoria, la fecha del 1 de enero de 2027 pueda no ser definitiva?**

Debemos trabajar sobre la fecha del 1 de enero de 2027. Ese es el escenario que tenemos hoy. Y me parece muy difícil vaticinar qué puede pasar. Y también habrá que esperar a que se desarrolle la normativa de la factura electrónica, para ver si finalmente acompaña a Verifactu. Que vayan de la mano puede tener sentido. En cualquier caso, todo esto llegará tarde o temprano.

**Zucchetti ha crecido en España a base de compras de compañías locales: Solmicro, IDS, i68, Arión Grupo BAS, Seteco, Sarce, Altai Soft e iArchiva. ¿Hay más adquisiciones en el horizonte? ¿Qué tipo de compañías o tecnologías está buscando?**

No crecemos en España a base de comprar empresas sin más. Una vez compradas estas compañías, las integramos en nuestra cultura corporativa. Y a sus equipos. Dicho esto, es cierto que ahora seguimos analizando operaciones, de forma selectiva, en el ámbito del ERP o de recursos humanos. Y también estamos interesados en empresas que nos ayuden a ir más rápido en adopción de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial.

**Zucchetti tiene mucha base de clientes y presencia en el norte de España, y en el sector industrial. Pero tengo la impresión de que en Madrid o el sur peninsular tiene mucha menos notoriedad. ¿Es así? ¿Y está en su mente ampliar la presencia de la compañía en estas zonas?**

Esa impresión que tienes viene del hecho de que el núcleo fundacional del proyecto Zucchetti en España nace de empresas como Solmicro, IDS o i68, con mucho arraigo en el País Vasco. Y, de hecho, mantenemos nuestra sede en Vizcaya. Sin embargo, la realidad es distinta. Y hemos crecido de forma importante en Madrid, Levante, Cataluña y Andalucía. Como resultado, más del 60% de nuestra facturación procede de fuera del País Vasco. Y la inmensa mayoría de nuestros 4.000 clientes son aportados por nuestro canal de distribución, que trabaja en todo el territorio español. Tenemos clientes en todas las provincias del Estado. Somos un player nacional.

«Seguimos analizando operaciones [de compra], de forma selectiva, en el ámbito del ERP o de recursos humanos. Y también estamos interesados en empresas que nos ayuden a ir más rápido en adopción de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial»

**Además de Verifactu y la factura electrónica, hay un cambio normativo importante en torno al registro horario digital. ¿Qué perspectivas hay de aprobación de esta norma y qué oportunidad de negocio puede generar al sector del software de gestión?**

Este es un tercer cambio muy importante del marco regulatorio. El registro de jornada ya era obligatorio, pero ahora cambia la forma de hacerlo, que debe ser digital, inalterable, trazable y conectada con la Inspección de Trabajo. Yo creo que esta medida sí va a salir adelante. Y en Zucchetti hemos preparado todas nuestras soluciones de control de presencia para que cumplan con esta normativa.

Eso sí, si las empresas ven esta normativa no como una obligación de implantar un sistema de fichaje, sino como una oportunidad para gestionar mejor procesos como el teletrabajo o el smartworking, o para medir la productividad, yo creo que estaremos en camino para lograr una verdadera gestión del tiempo. Y que irá mucho más allá del mero control de presencia.



Jaime Rodríguez, fotografiado tras la entrevista.

**¿Cómo ve el sector del software de gestión en España? Lo digo porque en los últimos años vivimos un claro proceso de concentración, con compañías que prácticamente compran todo lo que se mueve.**

El sector ha cambiado mucho, y va a seguir cambiando. La evolución de la tecnología, unido a la nueva normativa y a que sigue siendo un ecosistema de proveedores bastante fragmentado llevará a que sigan habiendo operaciones de compra. Nosotros no compramos por el mero hecho de comprar, sino con el objetivo de tener un portfolio que nos dé capacidad de respuesta ante cualquier necesidad del tejido empresarial.

**Los expertos dicen que el mercado del software está muy caliente y las valoraciones de las compañías son elevadas y sigue habiendo un claro interés de los inversores...**

Cambios normativos como Verifactu o, en el futuro, la factura electrónica, están provocando que muchas compañías estén actualizando sus programas. Y eso ha producido mucho movimiento en el mercado. Creo que el mercado, en ese sentido, puede estar ahora un poco caliente. Y, al mismo tiempo, y como decía antes, hay que tener en cuenta que el mercado de los proveedores de software en España sigue estando muy fragmentado.

**En este escenario donde hay multinacionales que se hacen grandes a base de compras y compañías locales más especializadas o con carteras de clientes pequeñas o medianas, ¿qué papel ocupa Zucchetti?**

Nosotros somos una empresa con una trayectoria de más de tres décadas. Conocemos muy bien el tejido empresarial español en general. Somos capaces de aportar a las empresas un servicio cercano y personalizado. Y ahora con el respaldo de una multinacional como es Zucchetti. Lo hacemos nosotros y un canal de distribución con 300 profesionales certificados repartidos por 45 partners activos que pueden implantar nuestros productos con la misma calidad y servicio. Además, es un canal que crece a un ritmo de tres o cuatro partners al año.

Por otro lado, apostamos por la innovación. Tenemos centro de I+D en España. Y el resultado de todo esto es un catálogo de soluciones "made in Spain" que incorpora soluciones del catálogo internacional de Zucchetti que son líderes en sus mercados. Tenemos ERP, CRM, business intelligence, recursos humanos, nómina, movilidad, SGA, MES, ciberseguridad... Además, todas las soluciones están disponibles tanto en la nube como en onpremise. Somos un actor clave en la transformación digital de las empresas en España.

**Una cuestión sobre la carestía de profesionales, un problema que sufre todo el sector tecnológico. ¿Cómo lidia Zucchetti con ello?**

Toda la transformación digital tan acusada de los últimos años ha hecho efectivamente que haya carestía de perfiles tecnológicos especializados, que ya eran de por sí escasos. De todas formas, la falta de talento es un problema generalizado en todo el tejido económico. Sigue habiendo cierto desajuste entre la formación y las necesidades empresariales.

Por este motivo, nuestras soluciones de gestión del talento están teniendo éxito. Utilizan la IA para localizar de forma ágil los mejores candidatos entre los currículos. Y también ayudan a retener talento, digitalizando procesos como el onboarding, o la definición de planes de formación, o para diseñar planes de carrera o planes de sucesión. O incluso para medir el clima laboral de las empresas.

A nivel interno, nosotros tenemos lo que llamamos Zucchetti Academy. Es un centro de formación donde personas que terminan sus estudios pueden hacer prácticas en nuestras empresas, para luego incorporarse a la plantilla. Y luego nos esforzamos para que Zucchetti Spain sea un buen lugar para trabajar, donde la gente esté a gusto y pueda conciliar y trabajar en proyectos innovadores.

**Y una última cuestión: ¿Cómo se posiciona Zucchetti ante el bum de la IA? ¿Hasta qué punto la está integrando en sus soluciones?**

Nosotros hemos empezado a aplicar la IA en nuestros desarrollos y nos está permitiendo ir rápido. Aunque eso no hace que nos sobre gente. Planes que teníamos a varios meses, ahora se acortan. Además, los tests de los productos también los podemos hacer de forma más rápida.