

LA FIRMA

“El trabajo define nuestro tiempo, nuestro descanso y nuestro modo de vida”

Emilia Málaga,
Presidenta del Consejo
de Relaciones Laborales. **PÁG. 7**



ITSAS-LUR

Nuevo polo acuícola en Lemoiz

La antigua central nuclear albergará un proyecto de acuicultura e investigación con una inversión público-privada de 170 millones en los próximos 10 años. **PÁG. 24**

EUROPA

Euskadi exhibe en WindEurope 2026, junto a un total de 45 empresas, todas sus capacidades tecnológicas en un sector eólico que ratifica su condición de estratégico en el medio plazo. **PÁG. 37**

TIC

Las empresas del sector tecnológico vasco se consolidan como un motor clave para la economía de la región, destacando en el panorama nacional y creciendo en empleo, inversión y presencia internacional.



ESTRATEGIA

[empresarial]

Desde 1993
Número 733
1-15 de mayo de 2026
www.estrategia.net

ENTREVISTA



“En los tres próximos años queremos abrir 18 puntos de venta en la región”

Mapfre cuenta con una red de 219 oficinas en País Vasco y Navarra. La compañía aseguradora cerró el año pasado con 536,5 millones de euros en primas en la región, lo que supone un crecimiento del 10,5% respecto al ejercicio anterior. Según el nuevo director de Mapfre en País Vasco y Navarra, Juan Vilda, en tres años prevén abrir 18 nuevos puntos de venta. **PÁG. 30**



> Walter Pack

Walter Pack abre su visión de mercado al ámbito del vehículo eléctrico inteligente y el ‘smart home’

PÁGS. 2-3

AZPIEGITURAK

Euskalarido fortalece su liderazgo y avanza en sostenibilidad y seguridad laboral

La asociación, que reúne a las industrias y empresas dedicadas a la producción de áridos de Euskadi, genera 687 empleos directos en la actualidad y activa nuevos proyectos, como una herramienta para el cálculo de la huella de carbono, dentro de



un área “esencial” para el desarrollo de infraestructuras, como afirma su presidente, Patxi Portugués, quien realiza un balance positivo de la actividad mientras afronta los retos de la atracción de talento o la descarbonización. **PÁG. 26**

SOSTENIBILIDAD

El aerogenerador flotante DemoSATH testa la biodiversidad marina

El aerogenerador marino flotante DemoSATH, impulsado por Saitec y el grupo alemán RWE, está siendo de gran utilidad no solo para producir energía sino también para testar y evaluar la salud de la biodiversidad marina. **PÁG. 22**



> Oskar González

Zucchetti Spain prevé 35 millones en 2030 y nuevas integraciones

El nuevo director general de Zucchetti Spain, Jaime Rodríguez, avanza para Estrategia Empresarial algunos de los objetivos del nuevo plan estratégico 2026-2030 que, entre otros, contempla alcanzar los 35 millones de euros de facturación a la conclusión del mismo, impulsado por crecimientos de doble dígito y posibles operaciones inorgánicas. La compañía reforzará áreas como recursos humanos y cadena de suministro, al tiempo que evoluciona su portfolio con nuevas soluciones e inteligencia artificial, para consolidarse como socio tecnológico de referencia. **PÁGS. 8-9**



INFORME INTELIGENCIA ARTIFICIAL

EL 17,4% DE LAS EMPRESAS YA UTILIZA ESTA TECNOLOGÍA QUE IMPACTA POSITIVAMENTE EN INGRESOS E INVERSIÓN Y CUENTA CON UN FUERTE APOYO INSTITUCIONAL. EL RETO ES PASAR AHORA A CASOS DE USO REALES. EL RECORRIDO, AMPLIO. **PÁGINAS 11-16**



Jaime Rodríguez, director general de Zucchetti Spain

“Proyectamos 35 millones en 2030 con crecimientos de doble dígito e inorgánico”

Begoña Pena

Jaime Rodríguez es el nuevo director general de Zucchetti Spain, un profesional con amplia experiencia en el sector y en la propia compañía - fue uno de los cuatro fundadores de Solmicro, primera empresa de España en incorporarse al Grupo Zucchetti-. Sus más de treinta años de experiencia le llevan a dirigir ahora a uno de los principales fabricantes de software que, tras su integración en la multinacional Zucchetti, sigue manteniendo un fuerte arraigo al País Vasco, donde se ubica la sede corporativa (en el Parque Tecnológico de Bizkaia) y que supone un 40% del negocio de la compañía.

¿Cómo afronta esta nueva etapa al frente de Zucchetti Spain?

La afronto con una gran responsabilidad, pero también con muchísima ilusión. Supone dar continuidad a un proyecto muy sólido que ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, apoyado en un equipo de profesionales excepcional, que es el verdadero motor de la compañía. Zucchetti Spain cuenta con más de 30 años de trayectoria, un recorrido que nos ha permitido conocer en profundidad a las empresas del entorno, en mi caso, en particular, que llevo en el sector desde la fundación de Solmicro. Este recorrido ha consolidado en el ADN de la compañía una clara apuesta por ofrecer un servicio cercano y un trato personalizado a nuestros clientes, un aspecto que consideramos clave, y que se ve reforzado por el respaldo de un grupo multinacional, un elemento diferencial que permite a Zucchetti combinar proximidad con capacidad global.

Arranca una nueva etapa y lo hace con un nuevo plan estratégico para la compañía. ¿Cuáles son los principales objetivos del mismo?

Efectivamente, acabamos de aprobar un nuevo plan estratégico para el periodo 2026-2030. Tras una etapa en la que hemos consolidado distintas líneas de negocio, ahora el objetivo es hacerlas crecer de forma significativa. Queremos reforzar especialmente aquellas áreas con mayor potencial, como el software de recursos humanos y las soluciones para la



> Oskar González

“Estamos orgullosos de liderar este proyecto desde el País Vasco, manteniendo un fuerte vínculo con el tejido empresarial local, pero con una clara vocación nacional e internacional”

cadena de suministro, sin dejar de impulsar nuestra línea histórica de ERP. El objetivo global es alcanzar una facturación cercana a los 35 millones de euros al final del plan, apoyándonos en el crecimiento orgánico y en el fortalecimiento del canal de distribución.

¿Cuál es la radiografía actual de Zucchetti Spain en cifras y posicionamiento?

Actualmente, contamos con una plantilla de 300 profesionales, a los que se suman otros 300 consultores certificados a través de nuestro canal de 'partners'. Nuestra red incluye unas 40 empresas colaboradoras que nos permiten tener capilaridad en todo el territorio. Disponemos de

más de 4.000 clientes, de todos los tamaños y sectores, desde grandes corporaciones hasta micropymes y autónomos. Damos servicio a compañías como Orbea, RPK, Grupo Chinchurreta, Marqués de Murrieta, Laboratorios Cinfa o Kaiku, entre otras. De hecho, en torno al 40% de nuestra facturación procede de la zona norte, lo que refleja nuestro fuerte arraigo en este territorio. Y creemos firmemente que el tejido empresarial vasco tiene capacidad de liderazgo en nuestros proyectos de inversión, de crecimiento y de innovación. En cuanto a las delegaciones, tenemos presencia, además, en ciudades como Donostia, Ermua, Logroño, Madrid y Almería. En la

parte económica, nuestro objetivo para 2026 es cerrar el año con una cifra de negocio en torno a los 27 millones de euros.

¿Qué áreas están impulsando actualmente el crecimiento de la compañía?

Nuestra actividad se estructura en más de siete líneas de producto. El ERP sigue representando aproximadamente el 50% del negocio, pero las áreas que más están creciendo son el software de recursos humanos y las soluciones para la cadena de suministro. En recursos humanos, por ejemplo, venimos de crecimientos medios del 20% y esperamos mantener ritmos superiores al 12% anual. En la cadena de sumi-

SIETE FABRICANTES

Zucchetti Spain ha consolidado su crecimiento en el mercado nacional a través de una estrategia de adquisiciones que le ha permitido integrar siete fabricantes de software con sólida trayectoria en España. La compañía inició su expansión en 2016 con la compra de Solmicro (de la que Jaime Rodríguez fue uno de los fundadores), que marcó la entrada del Grupo Zucchetti en España, y a la que siguieron en 2018 las incorporaciones de IDS e i68, ambas especializadas en software empresarial. Posteriormente, reforzó y diversificó su portafolio con Arión (2020), centrada en recursos humanos; Sarce y Seteco (2021), en gestión de gastos y software empresarial, respectivamente; Altai Soft (2022), enfocada en asesorías y pymes; e iArchiva (2024), especializada en automatización documental y firma electrónica. Estas operaciones han tenido como objetivo ampliar capacidades tecnológicas, diversificar soluciones y consolidar su presencia en distintos segmentos del software empresarial a nivel nacional.

nistro, prevemos crecimientos cercanos al 20% anual, ya que partimos de una base más pequeña. También contamos con otras líneas relevantes como ciberseguridad, movilidad o soluciones para asesorías y micropymes, que complementan nuestra oferta.

¿Qué papel juega la innovación en este crecimiento?

Es absolutamente clave. Es el futuro. Sin I+D no hay futuro. Destinamos alrededor del 15% de nuestra facturación a I+D, una cifra muy significativa que refleja nuestra apuesta por la innovación. Además, combinamos el desarrollo local, con centros de I+D en todas nuestras sedes, con la colaboración de la matriz italiana, que cuenta con más de 2.600 profesionales dedicados a esta área. Esto nos permite ofrecer un catálogo de propuestas 'made in Spain', complementado con las mejores soluciones del grupo, líderes en sus sectores. Gracias a ello, estamos lanzando nuevos productos como Solmicro ERP Smart, un software de



Jaime Rodríguez,
Director Zucchetti Spain:

“Vamos a reforzar áreas con gran potencial, como el software de RR.HH. y las soluciones para la cadena de suministro, sin olvidar el ERP, nuestra columna vertebral”

gestión orientado a micropymes, o Solmicro Digital Hub, enfocado a facilitar la relación con la administración electrónica. También estamos integrando la inteligencia artificial en nuestras soluciones, tanto para mejorar la experiencia del usuario como para optimizar nuestros propios procesos de desarrollo. De hecho, el año pasado recibimos el Premio a la Innovación por nuestra solución Zucchetti HR Nómina y por haber desarrollado el primer operador de IA, Altai pAI-roll, para procesos de nóminas.

¿Habrá nuevas soluciones próximamente en el mercado?

Los cambios normativos que se están produciendo, como la obligatoriedad del registro digital de jornada, la facturación electrónica o iniciativas como Verifactu o TicketBAI, están marcando las necesidades del mercado. En nuestro caso, todas nuestras soluciones están preparadas ya para TicketBAI y Verifactu -este ha aplazado su entrada en vigor-, pero somos conscientes de que todavía hay muchas empresas que no han dado ese paso. Por eso hemos desarrollado nuevas herramientas para dar respuesta a estas exigencias y facilitar la adaptación de las compañías. Además, a corto plazo tenemos previstos varios lanzamientos, aunque todavía no podemos adelantar detalles concretos.

Algunos foros señalan que el sector de desarrollo de software será uno de los más afectados por la IA.

Vemos la irrupción de la inteligencia artificial con una mezcla de cautela y optimismo. Es verdad que en algunos foros se plantea que podría llegar a asumir desarrollos que hasta ahora realizábamos los fabricantes. Ahora bien, en nuestro caso trabajamos con soluciones muy complejas, con múltiples procesos integrados, y ahí la IA, más que sustituir, nos ayuda a ser más ágiles en los desarrollos que realizamos sobre esas plataformas. Pensar que, a día de hoy, una IA pueda crear desde cero soluciones del tamaño y la sofisticación de las nuestras resulta complicado. Por eso lo vemos como una oportunidad: son herramientas que nos permiten aace-

lar y mejorar nuestro trabajo. Eso sí, hay que estar muy atentos a su evolución. Es un ámbito en constante cambio y con aplicaciones reales que ya estamos empezando a ver en las empresas.

¿Qué importancia tiene el canal de 'partners' en su estrategia?

Es una pieza fundamental. Trabajamos con una red de 40 empresas que suman o aportan 300 consultores certificados en nuestras soluciones y que nos permite llegar a cualquier punto de la geografía con la misma calidad de servicio. De hecho, dentro del nuevo plan estratégico, contemplamos un crecimiento del canal a doble dígito anual. Estamos reforzando especialmente zonas como Madrid y Cataluña, incorporando nuevos 'partners' y ampliando nuestras capacidades comerciales.

¿Contempla el crecimiento inorgánico en un futuro próximo?

Sí, aunque siempre de forma selectiva. Nuestro crecimiento es actualmente 100% orgánico, pero analizamos de manera permanente oportunidades de adquisición. Eso sí, no buscamos crecer por volumen, sino incorporar capacidades que complementen nuestras soluciones actuales, especialmente en áreas como ERP, recursos humanos o cadena de suministro. Nuestro enfoque pasa por integrar plenamente a las compañías adquiridas, alineando equipos, cultura y tecnología, para construir una oferta cada vez más completa e interoperable.

Para finalizar, ¿cómo quiere posicionarse Zucchetti Spain en el mercado en los próximos años?

Queremos consolidarnos como un 'partner' tecnológico de referencia para las empresas. Estamos en un momento de profunda transformación, marcado por la digitalización, la automatización y la IA. Nuestro objetivo es acompañar a las organizaciones en ese proceso, aportando soluciones y conocimiento. Y lo hacemos orgullosos de liderar este proyecto desde el País Vasco, manteniendo un fuerte vínculo con el tejido empresarial local, pero con una clara vocación nacional e internacional.



En imagen, Manuel Baraza, recién nombrado CEO de Ayesa Digital.

> Ayesa Digital

Ayesa Digital incrementa su negocio un 9% hasta los 580 millones de euros

Estrategia Empresarial

La tecnológica Ayesa Digital ha cerrado el ejercicio de 2025 con resultados al alza que refuerzan el inicio de una nueva etapa corporativa marcada por cambios en su accionariado y una apuesta estratégica por el crecimiento sostenido. La compañía alcanzó un volumen de negocio de 580 millones de euros, lo que supone un incremento del 9% respecto al año anterior. La mejora de la rentabilidad fue uno de los elementos más destacados del cierre. El ebitda creció un 19%, hasta los 49 millones de euros, mientras que el beneficio antes de impuestos (BAI) ajustado aumentó un 11%, situándose en 23 millones.

Cartera, a largo

Estos avances se apoyan también en una sólida actividad co-

mercial, con una captación de pedidos de 626 millones de euros y una cartera que roza los 1.000 millones (917 millones), lo que garantiza los ingresos de

Destinó 24 millones de euros a I+D, con el foco en tecnologías de data&AI, ciberseguridad, cloud&digital platforms y quantum computing

los próximos ejercicios.

En paralelo, la compañía mantuvo su apuesta por la innovación, destinando 24 millones de euros a I+D en áreas clave como data&AI, ciberseguridad, plataformas digitales y computación cuántica. El crecimiento también se trasladó al empleo, con una plantilla que alcanzó los 11.000

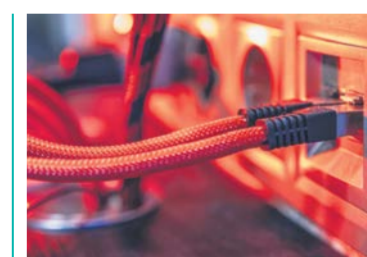
profesionales, un 4% más, marcando un máximo histórico al cierre de ejercicio.

Estos resultados sirven como punto de partida para la nueva etapa de Ayesa Digital tras la reconfiguración de su accionariado, en la que participan Indar Kartera (Kutxabank), Fundación BBK, el Gobierno vasco (a través de Finkatuz), Vital Fundazioa y Teknei. En este nuevo ciclo, la compañía busca consolidar su posición entre las principales firmas del sector IT en España, donde ya destaca por su liderazgo en servicios tecnológicos de misión crítica y proyectos de transformación digital.

La dirección, encabezada por el nuevo CEO Manuel Baraza, subraya que los resultados de 2025 reflejan la solidez del modelo de negocio y establecen una base firme para afrontar los próximos años con expectativas de crecimiento sostenido.

El sector digital crece un 5,4% en 2025 y supone un 2,5% del empleo del país

El sector de los servicios digitales cerró 2025 con un crecimiento del 5,4% en su cifra de negocio en el Estado, superando al conjunto del sector servicios (+4,8%) y consolidándose como uno de los principales motores de la economía. Tras un primer semestre de escasa actividad, la recuperación en la segunda mitad del año permitió apuntalar esta evolución positiva. En términos de empleo, el sector alcanzó un máximo histórico de 522.081 afiliados a la Seguridad Social, con la incorporación de 24.691 nuevos trabajadores. No obstante, el ritmo de crecimiento se moderó hasta el 2,1%, aunque aún por encima del conjunto de los servicios. Con un peso del 2,5% en el empleo total del país y una participación destacada dentro del ecosistema tecnológico, el sector digital mantuvo su fortaleza estructural.



MasOrange lidera la experiencia de internet fijo por segundo año

MasOrange se consolida como el operador con mejor rendimiento de internet fijo en España, según el estudio de nPerf, revalidando el liderazgo por segundo año consecutivo. La compañía destaca por la calidad y fiabilidad de su red, con los mejores resultados en latencia, navegación y 'streaming', lo que significa una experiencia superior para usos digitales avanzados. Este desempeño refuerza su posicionamiento en un mercado cada vez más competitivo y su papel en el impulso del entorno digital.

Bajan los ciberataques un 13% en marzo

España registró en marzo una media de 1.823 ciberataques semanales por organización, lo que supone un descenso del 13% respecto al mismo mes de 2025, según los datos de la división de Inteligencia de Amenazas de Check Point Software Technologies. Los sectores más afectados fueron el gubernamental, bienes y servicios de consumo y telecomunicaciones. A nivel global, el estudio señala una ligera moderación de los ataques, aunque advierte de una estabilización más que de una mejora real del entorno de ciberseguridad. El informe también destaca el crecimiento de los riesgos asociados a la inteligencia artificial generativa y la persistencia del 'ransomware' como una de las principales amenazas, con impacto especialmente elevado en Norteamérica (55% de los incidentes) y Europa (notable aumento, pasando del 17% en febrero de 2026 al 24% este mes).