

Guía práctica para asesorías

Guía práctica para asesorías

Cómo preparar a tus clientes para VeriFactu y la factura electrónica en 2027 sin colapsar tu despacho

A mayo de 2026, el contexto normativo combina dos movimientos distintos pero relacionados: por un lado, los requisitos de los sistemas informáticos de facturación y VeriFactu, regulados por el Real Decreto 1007/2023 y modificados después por nuevas ampliaciones de plazo; y por otro, el despliegue de la factura electrónica obligatoria entre empresarios y profesionales, desarrollado por el Real Decreto 238/2026 y todavía con aspectos técnicos en evolución a través de normativa complementaria en tramitación.



Qué cambios vienen y por qué importan al despacho

El primer gran cambio que afecta al mercado del asesor es la obligación de que los sistemas y programas que soportan la facturación cumplan requisitos de **VeriFactu**, que son la integridad, conservación, accesibilidad, legibilidad, trazabilidad e inalterabilidad de los registros. Ese marco nace de la Ley General Tributaria y se desarrolla reglamentariamente en el Real Decreto 1007/2023. No estamos hablando solo de “tener un software actualizado”, sino de que la forma en la que se generan, almacenan y, en su caso, remiten los registros de facturación pase a estar mucho más controlada y estandarizada. Además, la AEAT mantiene un espacio específico de información técnica sobre SIF y VeriFactu, lo que confirma que el foco no es solo de reporting fiscal, sino claramente operativo y tecnológico.

El segundo movimiento es el de la **factura electrónica** obligatoria entre empresarios y profesionales. El Real Decreto 238/2026 desarrolla este sistema y establece, entre otras cuestiones, reglas sobre cómputo de plazos de pago, solución pública de facturación electrónica y obligaciones de interoperabilidad o remisión de copias fieles en determinados supuestos. Además, Hacienda tiene en tramitación una Orden para concretar los elementos técnicos y funcionales de esa solución pública, lo que indica que el marco está avanzando desde la norma general hacia el detalle de implantación práctica. Para un despacho, esto significa que la conversación con el cliente ya no puede quedarse en “ya veremos cuándo entra”; hay que empezar a traducir el cambio normativo en decisiones de software, procesos y calendario interno. También es importante el factor tiempo. Los plazos de adaptación de los sistemas informáticos de facturación se han ido moviendo.

El Real Decreto 254/2025 retrasó inicialmente la fecha para contribuyentes del Impuesto sobre Sociedades al 1 de enero de 2026, y posteriormente una disposición publicada en el BOE de diciembre de 2025 volvió a ampliar los plazos: 1 de enero de 2027 para los obligados del artículo 3.1.a), contribuyentes del Impuesto de Sociedades, y 1 de julio de 2027 para el resto de obligados del artículo 3.1.

Esto genera una falsa sensación de “todavía queda mucho”, cuando en realidad lo que queda es tiempo para planificar bien, no para ignorar el cambio. Cuanto más tarde empiece el despacho, más probable será que concentre migraciones, formación, incidencias y comunicación con clientes en una misma ventana crítica.

¿Por qué importa tanto a tu despacho? Porque el asesor se convierte en el traductor entre norma y operativa.



El cliente no suele preguntar por el artículo exacto del reglamento, te pregunta si su software sirve, qué tiene que cambiar, cuánto le cuesta, si tendrá que emitir las facturas de otra forma, cómo afectará a sus cobros y qué riesgo corre si no se adapta. Eso convierte a la asesoría en punto de referencia. Si el despacho llega tarde a dar respuestas a sus clientes, no solo sufre internamente, también transmite inseguridad. Si llega preparado, puede convertirse en socio tecnológico y fiscal. En otras palabras, estos cambios importan porque afectan al cumplimiento, sí, pero también al modelo de servicio, a la rentabilidad operativa y a la percepción de valor del despacho ante sus clientes.

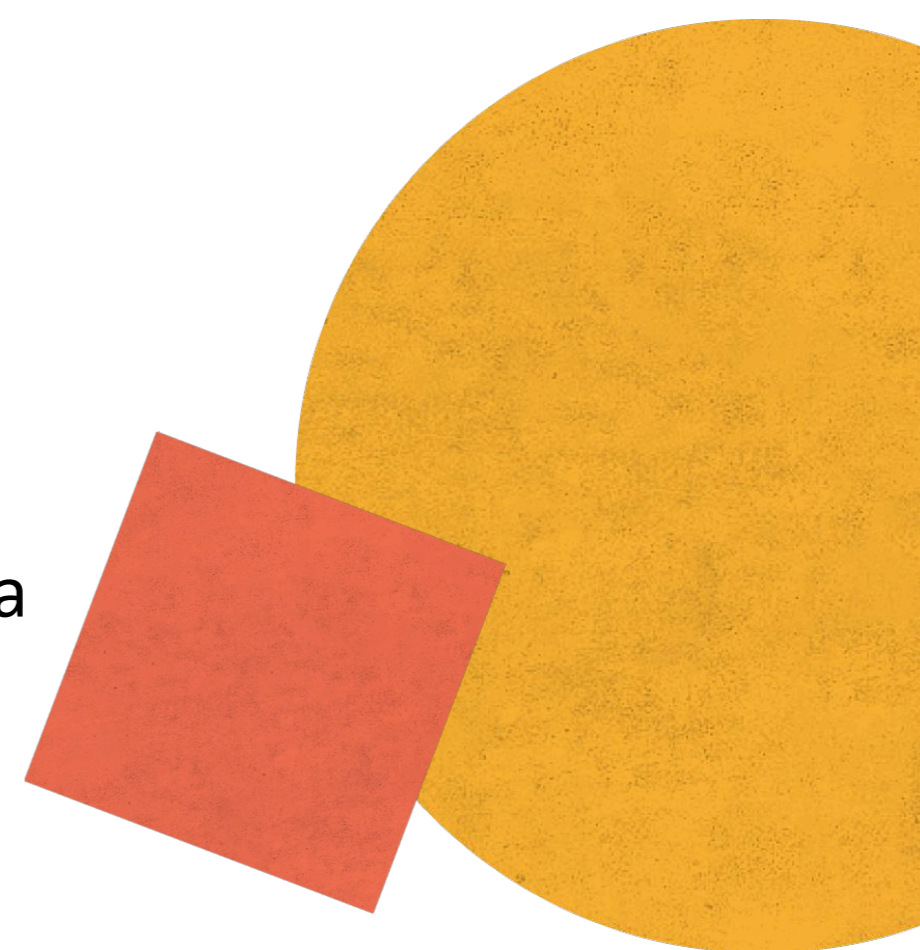
Qué clientes deberías priorizar primero

No todos los clientes deberías abordarlos al mismo tiempo. El error habitual es intentar comunicar la adaptación normativa de forma masiva y homogénea, como si una microempresa con facturación sencilla tuviera las mismas necesidades que una pyme con varios centros, distintos circuitos de aprobación o software heredado.

La priorización debe empezar por los clientes con mayor complejidad operativa y con más dependencia de procesos de facturación digital. Tiene sentido colocar en el primer grupo a los clientes que sean sociedades con gran volumen documental, donde varios usuarios están implicados en la facturación, tienen integraciones con ERP o soluciones verticales y una estructura interna donde cualquier cambio requiere validación técnica. Ese universo de clientes merece especial atención desde el principio.

El segundo grupo prioritario debería ser el de clientes que ya presentan señales de fricción tecnológica, esos que utilizan programas desactualizados, desarrollos a medida con cierta antigüedad, los que hacen procesos manuales para emitir facturas, escasa trazabilidad documental o dependencia de terceros para cualquier ajuste. En estos clientes, el riesgo no es solo normativo, sino de implantación. Aunque el plazo formal parezca suficiente, un cliente con base tecnológica débil necesita más acompañamiento, más pruebas y más pedagogía. La adaptación no falla normalmente por leer mal la norma, sino por subestimar el esfuerzo real de cambiar hábitos, circuitos y herramientas. Por eso conviene identificarlos muy pronto y no mezclarlos con clientes “fáciles” en la misma cola de implantación.

Un tercer bloque de alta prioridad son los clientes para los que la factura es un proceso crítico de tesorería o de relación B2B. El Real Decreto 238/2026 conecta la factura electrónica obligatoria con elementos como el cómputo del plazo de pago y la trazabilidad de determinadas comunicaciones. Eso hace que la adaptación no sea solo una cuestión administrativa, sino también comercial y financiera. Empresas que trabajan con muchos



proveedores o clientes recurrentes, que dependen de circuitos de aprobación o que necesitan evidencia de estados de factura, cobro y pago, deberían entrar antes en la planificación. Cuanto más importante sea la factura para su flujo de caja o para la relación con terceros, mayor es el valor de anticiparse.

Por último, conviene priorizar también a los clientes que pueden actuar como referentes. Son aquellos con buena disposición al cambio, interlocutores accesibles y una operativa suficientemente representativa como para que el despacho aprenda con ellos. Implantar primero en estos perfiles ayuda a construir metodología, materiales, argumentario comercial y respuestas a objeciones. Después, ese conocimiento se reutiliza con el resto de la cartera. En resumen, el orden lógico sería:

- ✓ Clientes complejos y de mayor impacto
- ✓ Clientes tecnológicamente frágiles
- ✓ Clientes donde la factura afecta directamente a tesorería y relación B2B
- ✓ Clientes tractores que permitan al despacho ganar experiencia rápida.

Priorizar así no solo reduce riesgo, sino que también mejora la eficiencia interna de toda la campaña de adaptación.

Qué errores conviene evitar en la adaptación

1. El **primer error** es tratar este cambio como una simple actualización de software. No lo es. Tanto el marco de los sistemas informáticos de facturación como el de la factura electrónica obligatoria tienen implicaciones de procesos, control interno, interlocución con proveedores tecnológicos y comunicación con clientes. Si la asesoría se limita a preguntar a cada proveedor “¿estará listo?”, pero no revisa cómo se factura, quién emite, qué se integra, qué validaciones existen o qué evidencias se necesitan conservar, acabará teniendo un software teóricamente adaptado y una operativa real mal resuelta. El cumplimiento no depende solo de la herramienta, sino del uso correcto dentro de un proceso coherente.

2. El **segundo error** es confiar en que los aplazamientos equivalen a ausencia de urgencia. Los cambios de plazo publicados en 2025 y vigentes a 2026 alivian la



presión del calendario, pero no eliminan el trabajo de preparación. Al contrario, amplían el plazo para hacer inventario, segmentar clientes, probar soluciones y formar equipos. Los despachos que interpretan la ampliación como permiso para posponerlo todo suelen terminar concentrando migraciones, dudas y formación al final. Y eso complica cada paso, se multiplican las incidencias, se improvisan decisiones y se dedica más tiempo del necesario a apagar fuegos.

3. El **tercer error** es comunicarlo al cliente en clave puramente legal. Si el mensaje del despacho se resume en “hay que cambiar porque lo dice la norma”, el cliente tenderá a retrasarlo o a verlo como otro coste obligatorio. En cambio, cuando se explica que la adaptación puede mejorar trazabilidad, reducir fricción con cobros y pagos, ordenar la documentación y disminuir tareas manuales, la conversación cambia. La norma abre la puerta, pero la decisión del cliente se acelera cuando entiende la utilidad práctica. Además, el propio Real Decreto 238/2026 está muy vinculado a transparencia y eficiencia en las operaciones entre empresarios, así que el relato de valor no es una invención comercial, está alineado con el objetivo regulatorio.

4. Un **cuarto error** muy frecuente es no segmentar las exclusiones y particularidades. Por ejemplo, la normativa de los sistemas informáticos de facturación contempla supuestos de exclusión y excepciones, y el Real Decreto 254/2025 mantiene fuera determinadas operaciones de quienes llevan libros mediante SII. Si la asesoría comunica igual a toda la cartera, generará ruido, consultas innecesarias y pérdida de credibilidad. No todos los clientes están exactamente en el mismo punto ni tienen la misma obligación operativa inmediata. Separar bien obligados, excepciones, casuísticas especiales y etapas de despliegue es parte esencial de una buena adaptación.

5. El **quinto error** es dejar fuera al equipo interno. Muchos proyectos de adaptación fracasan no por la norma, sino por la resistencia silenciosa del despacho, nadie sabe quién lidera, el equipo no tiene argumentario común, soporte y fiscal contestan distinto, y las comunicaciones al cliente llegan sin consistencia. El cambio exige coordinación entre áreas, guiones comunes y un calendario realista. Cuando eso no existe, la asesoría transmite inseguridad y el cliente percibe que el despacho tampoco tiene claro qué hacer. Evitar ese error es clave porque la confianza, casi tanto como la en este tipo de procesos, vale herramienta.



Qué proceso interno debe organizar la asesoría para no saturarse

La mejor forma de no saturarse es tratar la adaptación como un proyecto interno con fases, responsables y formación, no como una sucesión de consultas espontáneas del cliente. El despacho debería crear primero un equipo mínimo de coordinación, aunque sea pequeño, con una persona de referencia de fiscal/contable, una de tecnología o software y una de cliente/comercial. Ese núcleo no tiene que ejecutar todo, pero sí marcar criterios, calendario, documentación y escalado de incidencias. Sin ese centro de gravedad, cada profesional responderá por su cuenta y la organización perderá tiempo en duplicidades, respuestas inconsistentes y decisiones improvisadas.

La segunda fase es el inventario. Antes de hablar masivamente con la cartera, la asesoría debe saber qué clientes tiene, qué software usan, qué volumen de facturación manejan, si emiten facturas simples o con flujos complejos, si usan ERP, si dependen de terceros, si ya trabajan con herramientas del despacho o no, y qué nivel de madurez digital presentan. Este mapa evita uno de los mayores cuellos de botella, dedicar el mismo esfuerzo a todos. El inventario debe permitir etiquetar a los clientes por prioridad y dificultad, de forma que el despacho pueda ordenar la carga de trabajo y prever necesidades de acompañamiento.

La tercera fase es la estandarización de materiales. La asesoría necesita un pack interno básico, argumentario breve, preguntas frecuentes, correo tipo, guion de llamada, checklist de diagnóstico y propuesta de siguientes pasos. Esto reduce muchísimo la saturación, porque evita que cada consulta obligue a “pensar desde cero”. Si el cliente pregunta qué cambia, qué plazo hay, si su software sirve o qué debe revisar, el despacho debería tener una respuesta base consistente. Además, si la orden técnica complementaria de la factura electrónica sigue en desarrollo, conviene incorporar expresiones prudentes y claras para separar lo ya aprobado de lo que aún está pendiente de concreción.

La cuarta fase es la activación por oleadas. En vez de abrir la puerta a toda la cartera a la vez, es más eficiente trabajar por tandas. Primero clientes prioritarios, luego bloque medio, después resto. Cada oleada debería incluir comunicación, diagnóstico, propuesta y seguimiento. Ese sistema permite medir tiempos reales, detectar objeciones repetidas y mejorar el proceso antes de escalar. También ayuda a reservar capacidad del equipo y a evitar que soporte, fiscal o atención comercial queden desbordados el mismo mes. En la práctica, una adaptación bien organizada se parece más a una campaña comercial-operativa que a una simple circular normativa.

Cómo convertir la adaptación normativa en un servicio de valor para el cliente

La clave está en dejar de presentar la adaptación como una obligación incómoda y empezar a venderla como una oportunidad de orden, eficiencia y acompañamiento. El asesor no debería decir solo “tienes que adaptarte”, sino “vamos a ayudarte a hacerlo de forma segura y con el menor impacto posible en tu operativa”. Esa diferencia cambia por completo la percepción del cliente. La normativa obliga, sí, pero el despacho puede aportar valor traduciendo complejidad legal y técnica en decisiones simples: qué toca revisar, qué prioridad tiene, qué proceso conviene cambiar y qué herramienta encaja mejor. Ahí es donde aparece el verdadero servicio.

Una buena forma de convertirlo en valor es paquetizarlo. Por ejemplo, el despacho puede estructurar una “revisión de preparación para VeriFactu y factura electrónica” que incluya diagnóstico, clasificación del riesgo, recomendación de software o ajuste de procesos, cronograma y sesión de resolución de dudas. Cuando el cliente percibe una metodología clara, deja de sentir que le están vendiendo horas sueltas o “más trabajo”. Siente que está comprando tranquilidad. Además, la existencia de una solución pública de facturación electrónica prevista por la norma no elimina el valor del asesor, al contrario, abre más espacio para orientar al cliente sobre cuándo le conviene esa vía, cuándo necesita una solución más robusta y cómo integrar todo con su operativa.

Una buena forma de convertirlo en valor es paquetizarlo. Por ejemplo, el despacho puede estructurar una “revisión de preparación para VeriFactu y factura electrónica” que incluya diagnóstico, clasificación del riesgo, recomendación de software o ajuste de procesos, cronograma y sesión de resolución de dudas. Cuando el cliente percibe una metodología clara, deja de sentir que le están vendiendo horas sueltas o “más trabajo”. Siente que está comprando tranquilidad. Además, la existencia de una solución pública de facturación electrónica prevista por la norma no elimina el valor del asesor, al contrario, abre más espacio para orientar al cliente sobre cuándo le conviene esa vía, cuándo necesita una solución más robusta y cómo integrar todo con su operativa.

También puede convertirse en valor relacional. Muchas empresas pequeñas no tienen tiempo ni criterio para seguir la normativa y valorar proveedores. Agradecen que el despacho haga esa curación por ellas. Si la asesoría segmenta clientes, identifica quién necesita actuar primero y propone un camino razonable, pasa de ser “quien presenta impuestos” a ser “quien ordena



una decisión importante del negocio”. Ese salto es especialmente potente en un momento en que la digitalización y la trazabilidad documental ganan peso en la relación B2B. La confianza que se genere ahora puede extenderse después a contabilidad, fiscalidad continua, facturación, automatización o servicios de consultoría recurrente.

Además, este tipo de adaptación es una puerta natural a la venta consultiva. Cuando el despacho revisa cómo factura el cliente, no solo detecta necesidades de cumplimiento: también descubre ineficiencias, tareas manuales, dependencia de hojas de cálculo, procesos de cobro mal definidos o softwares desconectados. Ahí surgen servicios adicionales con sentido: revisión de circuitos administrativos, implantación de soluciones conectadas, formación al equipo cliente o seguimiento periódico. La normativa es el punto de partida, el valor está en ampliar la conversación hacia una operativa mejor. Si se gestiona bien, el despacho no compite solo por precio ni por urgencia, compite por claridad, acompañamiento y capacidad de ejecutar el cambio sin trauma.



Checklist final para implantarlo paso a paso

- 1.** El **primer paso** del checklist es separar hechos de ruido. El despacho debe recopilar en un documento interno qué está aprobado, qué plazos están vigentes y qué aspectos técnicos siguen pendientes de desarrollo o concreción. A mayo de 2026, eso implica distinguir entre el marco de los sistemas informáticos de facturación y VERIFACTU, los aplazamientos ya publicados oficialmente, y el desarrollo de la factura electrónica obligatoria, que ya cuenta con Real Decreto, pero sigue teniendo piezas técnicas complementarias en tramitación. Sin esta base, cualquier campaña al cliente nacerá confusa.
- 2.** El **segundo paso** es hacer un inventario real de la cartera. Para cada cliente, conviene registrar al menos el tipo de entidad, volumen estimado de facturación, software actual, complejidad operativa, dependencia de terceros, interlocutor clave y nivel de urgencia. El objetivo no es burocratizar, sino poder priorizar.
- 3.** El **tercer paso** es segmentar la cartera en grupos: prioridad alta, media y baja; fácil, media o difícil implantación; cliente con potencial de caso tractor o cliente con riesgo de bloqueo. Esa segmentación es la que permitirá lanzar la adaptación sin colapsar al equipo.
- 4.** El **cuarto paso** es preparar materiales. Listas de preguntas frecuentes, un correo de comunicación al cliente, un guion de llamada telefónica, un documento de diagnóstico y un esquema de propuesta.

5. El **quinto paso** es formar al equipo. No hace falta convertir a toda la asesoría en experta técnica, pero sí asegurar que todos sepan explicar qué cambia, por qué importa, qué tranquilidad puede ofrecer el despacho y cuál es el siguiente paso para el cliente. Cuando comercial, soporte, fiscal y atención al cliente comparten el mismo relato, la implantación gana velocidad y coherencia.
6. El **sexto paso** es activar por oleadas, empezando por clientes prioritarios. A cada oleada debería seguirle una revisión interna: objeciones más frecuentes, tiempos de respuesta, incidencias técnicas y mejoras del material.
7. El **séptimo paso** es medir. No solo cuántos clientes han sido contactados, sino cuántos han sido diagnosticados, cuántos requieren cambio de herramienta, cuántos necesitan formación y cuántos ya tienen plan de adaptación.
8. El **octavo y último paso** es mantener una actualización normativa viva. En un entorno donde las especificaciones técnicas y la aplicación práctica pueden seguir evolucionando, el despacho debe revisar periódicamente si hay novedades de la AEAT que obliguen a ajustar sus materiales y mensajes. Esa disciplina final es la que convierte una campaña puntual en una ventaja competitiva sostenida.

