

## Software de gestión y digitalización, un dúo que se entiende

## Software de gestión de próxima generación: claves y características

La dramática velocidad de cambio que ha impuesto la pandemia de la covid-19 ha transformado tanto las prioridades del negocio como el stack tecnológico de las empresas. La necesidad de garantizar la continuidad de negocio (en primera instancia) y de alcanzar la agilidad empresarial necesaria para responder a los cambios que el mercado está imponiendo en la actualidad, requiere evolucionar la infraestructura hacia una plataforma digital. Y el software de gestión, encargado de manejar el core de las transacciones de la organización, no es ajeno a este cambio.

**L**a búsqueda de la automatización y la incorporación de inteligencia están transformando el software de gestión, pasando de ser simple procesador de información a convertirse en verdadero asistente de negocio, con la capacidad de analizar información y entregar resultados que permitan la toma de decisiones empresariales más eficaces y eficientes.

A medida que la automatización, la inteligencia artificial (IA) y *machine learning* (ML) se integren en estos sistemas, la próxima generación de este tipo de soluciones será parte de un Desktop as a Service, un modelo de puesto de trabajo que interconecta todos los recursos de la organización, independiente del dispositivo, y disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, en cualquier lugar. Las diferentes capas que este modelo incorpora permiten la configuración y la personalización, la autenticación y la seguridad y, en última instancia, la inteligencia impulsada por la analítica y el aprendizaje automático. De esta manera, el software de gestión se "sirve" de los recursos necesarios para procesar la información y generar valor.

Por ello, más allá de las ventajas que aporta la automatización de procesos (reducción del tiempo dedicado al registro de datos así como minimizar el número de errores de estos procesos), al añadirle la capa de valor de las tecnologías cognitivas como IA o ML, permite in-



corporar por ejemplo el procesamiento de lenguaje natural (PNL), de forma que se habilita la capacidad de analizar y comprender el lenguaje humano, facilitando la interacción con los trabajadores y maximizando la eficiencia empresarial.

De esta forma, por seguir con el caso del PNL, mediante una única orden será posible escanear el buzón de entrada de un usuario y recopilar todas las solicitudes de un proveedor o cliente particular, analizar los detalles de cada

mensaje y establecer las acciones que debe acometer posteriormente. Pero hay más. Al estar integrado este sistema con el resto de las aplicaciones de la empresa, los softwares de gestión pueden incorporar herramientas analíticas que conecten las diferentes fuentes de datos disponibles por la empresa, permitiendo no sólo hacer más eficientes los procesos, sino alcanzar un nivel de predicción para determinar cuándo realizar un determinado pedido, o la mejor franja disponible para conseguir el mejor precio de un determinado proveedor.

La cantidad de aplicaciones es infinita. Desde evaluaciones de productos o servicios, correlacionarlos con los datos financieros del negocio hasta análisis de escenarios para considerar efectos macroeconómicos como los actuales (con altos niveles de inflación, coste de materias primas elevadas, etc.).

Todo ello será posible gracias a que los modelos *cloud* han permitido a las organizaciones ser más eficientes en cuanto a asignación de costes y recursos, a la vez que conectar de manera transparente todos los sistemas, alcanzando la agilidad que permite entregar este tipo de soluciones: agilizar la facturación, gestionar las compras y el inventario, controlar las cuentas corrientes y la tesorería, responder a tus obligaciones fiscales y seguir la evolución de tu negocio. En cualquier momento y desde cualquier lugar. ■

**José Antonio Cano**

Director de análisis de IDC



---

# a3Marketplace

# Donde los negocios crecen



**Descubre el marketplace**  
de Wolters Kluwer  
y encuentra las mejores  
soluciones para hacer  
crecer tu negocio.

La compañía está preparando nuevos lanzamientos dentro de su *suite a3innova*

## Wolters Kluwer confía en la nube y en el canal para avanzar en su modelo de ecosistema abierto y flexible



El mercado del software de gestión "vive" un momento dulce impulsado por los cambios regulatorios, la llegada de los fondos europeos con programas como el Kit Digital para ayudar a la digitalización de las pymes y la inversión que están haciendo las empresas en software para completar su transformación digital. Wolters Kluwer, como actor destacado de este mercado, está desarrollando una estrategia para aprovechar esta oportunidad potenciando su oferta en la nube y colaborando con su canal para crear un ecosistema de soluciones abierto, conectable y flexible.

Rosa Martín

**E**l mercado del software de gestión sigue creciendo. Durante los últimos dos años ha crecido a doble dígito y sigue al alza. Desde su posición como actor destacado de este mercado Wolters Kluwer considera que hay tres aceleradores que están contribuyendo a su crecimiento. Uno de ellos es la situación actual de la sociedad, fruto de la pandemia, que ha cambiado los hábitos de consumo y del trabajo. En este sentido, Manel Peralta, *product strategy director of Tax, Accounting & Office Management* de Wolters Kluwer Tax & Accounting España, señala que "la búsqueda de la productividad se ha acelerado muchísimo en el despacho profesional y en la pyme". El segundo factor que está acelerando el crecimiento del

mercado del software es la agenda regulatoria que está desarrollando el Gobierno. Un ejemplo de esta normativa es TicketBai, regulación que se puso en marcha en el País Vasco que exige a las empresas un software de facturación específico. "Ha sido una prueba de concepto de la comunicación con la Administración en tiempo

regulación está impulsando el mercado del software de gestión. Y, finalmente, el tercer factor que está acelerando el mercado es la llegada de los fondos de recuperación europeos con programas como el Kit Digital. "Estamos en un momento bonito, aunque es cierto que a nivel geopolítico y a nivel económico hay ciertas incertidumbres, pero las empresas están apostando por invertir en software", recalca el directivo.

**"Las empresas están apostando por invertir en software"**

real por parte de las pymes", señala Peralta. La adaptación de la denominada ley antifraude, que exige que el software de facturación cumpla unos determinados requisitos para combatir el fraude fiscal, es otro ejemplo de cómo la

### Nube

Además de invertir en software, las empresas están optando por el software en la nube. Según indica Peralta, el debate sobre si los datos están en la nube o en el servidor ya se ha superado; lo importante es determinar si el software de gestión en la nube cubre las necesidades de las empresas. En el

## Kit Digital

El programa Kit Digital, financiado con los fondos NextGenerationEU, es la gran apuesta para avanzar en la digitalización de las pymes españolas. Wolters Kluwer es agente digitalizador dentro de este programa y puede evaluar de primera mano cómo está funcionando. Según indica Peralta, la primera mitad del año ha sido de puesta en marcha y de ajustes para que arrancara. En este sentido, el papel del agente digitalizador ha sido clave ya que ha tenido que adaptar procesos para que a las pymes les resultara más fácil optar a estas ayudas.

Ahora, tras la puesta en marcha de la tercera convocatoria, está comenzando a funcionar de manera correcta. "Ha sido a partir de septiembre cuando lo hemos notado de manera más tangible", señala el responsable de Wolters Kluwer.

El proveedor ha seguido una estrategia conjunta con su canal y ahora las operaciones que se están realizando se encuadran dentro del Kit Digital.

"Entendemos que no es fácil para la Administración poner en marcha el Kit Digital, además con dinero público, que necesita control. El agente digitalizador está realizando un papel realmente importante".

ámbito de las nóminas, Recursos Humanos o el ERP es una fórmula aceptada por la empresa como lo avalan las ventas. "Vamos a modelos abiertos, conectables y flexibles y de manera natural estas soluciones en la nube ya los proporcionan. La adopción de la nube por parte de la pyme está muy asentada".

Wolters Kluwer lleva varios años apostando por el *cloud* a través de su *suite* de aplicaciones azinuva. Una *suite* que está enriqueciendo con nuevas soluciones y que es su apuesta tanto para la asesoría como para la pyme. Recientemente ha mejorado sus funcionalidades en el terreno laboral y planea el lanzamiento de su primer ERP en la nube: azinuvaERP. "La evolución de azinuva sigue en aceleración y seguirá en los próximos meses", resalta Peralta.

## Marketplace y canal

Otra de las prioridades de la compañía es su marketplace, una pieza estratégica para aportar valor a sus clientes mediante soluciones que completen su software. "Lo lanzamos el año pasado y tenemos bastantes partners que han querido colaborar con nosotros en los tres ámbitos: en el de la nómina y de recursos humanos, en la contabilidad y en el ámbito de la

facturación. Es una apuesta que vamos a seguir empujando porque realmente creemos que el mercado nos pide soluciones que sean fácilmente conectables", detalla el directivo.

En azMarketplace juega un papel clave el canal de distribución de la compañía. Muchos de sus partners tienen un perfil de desarrolladores y están creando soluciones alrededor de su software. Esta red de ISV está creciendo y los planes de la compañía pasan por seguir impulsando la labor de estos partners y de todo su canal. Según indica el responsable, el canal "es una extensión más de Wolters Kluwer. Es estratégico, no sólo por el hecho de que puedan fabricar piezas en el ecosistema, sino porque tienen una capilaridad y una cercanía al cliente que para nosotros es básica".

El proveedor valora especialmente el conocimiento de su canal, que está formado y certificado, y la experiencia que aporta a los clientes en todo lo relacionado con la transformación digital.

## Próximos lanzamientos

El trabajo con sus socios será clave para el lanzamiento de sus

Manel Peralta,

product strategy director of Tax, Accounting & Office Management de **Wolters Kluwer** Tax & Accounting España



nuevas soluciones. Según anuncia Peralta, Wolters Kluwer está ultimando el lanzamiento durante el último trimestre de este año de azinuvaERP, la primera pieza de su ERP en la nube. Al mismo tiempo, planea seguir "innovizando" otras soluciones y en su agenda figura el lanzamiento de una solución de gestión documental. "Estamos trabajando en la gestión documental, en lo que sería el intercambio de documentos desde un prisma de integración con nuestras soluciones de productividad", anuncia.

Esta solución, azinuvaloadoc, junto con otra relacionada con el dato y la explotación de la información para ofrecer valor a las pymes y los asesores, completarían los lanzamientos previstos para el último tramo del año. ■

**Wolters Kluwer**

[www.wolterskluwer.es](http://www.wolterskluwer.es)

Acceda al vídeo desde  
el siguiente código QR

<https://newsbook.es/actualidad/wolters-kluwer-confia-en-la-nube-y-en-el-canal-pa-ra-avanzar-en-su-modelo-de-ecosistema-abierto-y-flexible-2022110298265.htm>



Buen balance del negocio de Sage España en el último año fiscal que concluyó el pasado mes de septiembre

## "El canal es la clave para lograr que todo el negocio de Sage proceda de la nube"



# P

### anorama de mercado

En el último lustro ha seguido creciendo el mercado del software de gestión en España. Una tendencia que se ha mantenido en los dos últimos años, complicados, 2020 y 2021; y que se prevé que continúe en los próximos ejercicios, con ascensos que se muevan entre el 7 y el 8 %. "El contexto en el que nos hemos movido ha hecho que el uso de las herramientas tecnológicas fuera clave para la gestión de las empresas", señala Carles Ransanz. La pandemia, recuerda, complicó el mantenimiento de la actividad empresarial e impulsó el papel del ERP en el ecosistema tecnológico, lo que se tradujo en un crecimiento del software de gestión. "El 55 % de las pymes en España ya utiliza un ERP. Una cifra que supone un crecimiento del 12 % en relación a 2019", desvela.

El software se ha asentado como vía para la digitalización y la transformación de la gestión de las empresas. Ransanz sitúa a las personas como la clave principal de este proceso y señala que

el siguiente paso, tras el incremento del uso del software de gestión, son las expectativas que tienen las compañías de esta utilización. "El software, que solo era una herramienta de control y de emisión de información, ha pasado a convertirse en una herramienta, a la que el usuario puede conectarse desde cualquier lugar y en cualquier momento, y que permite interactuar con clientes y con proveedores".

### Foco en la nube y estrategia de canal

Sage cerró año fiscal el pasado mes de septiembre. La expectativa, a nivel mundial, era crecer entre un 8 o 9 %. Con las tradicionales "restricciones" locales, el vicepresidente de ventas asegura que en España se ha cerrado un gran año. "Hemos crecido y hemos cumplido las expectativas, consiguiendo nuevos clientes; por lo que el balance es muy satisfactorio". El 80 % de los ingresos de Sage en España procede de la venta, bien de soluciones alojadas en entornos híbridos, bien nativas en la nube. El

Nube y software de gestión ya van de la mano. También la digitalización que se ha enlazado con ERP, CRM y programas de nóminas, de tesorería o de Recursos Humanos. Fiel a las exigencias de los clientes, el negocio de Sage lleva viviendo desde hace años una enorme transformación para que sus aplicaciones se consuman bajo un modelo de software como servicio (SaaS). Una transformación en la que el canal se torna en pieza clave. "Su peso seguirá incrementándose en nuestro negocio", señala Carles Ransanz, vicepresidente de ventas de Sage España.

Marilés de Pedro

objetivo es que ese 20 % que reposa en un entorno tradicional también se eleve en dos años. "Estamos consiguiendo transaccionar hacia este modelo en la cloud y hacia las fórmulas de software como servicio (SaaS)", valora. Un modelo impulsado por las demandas de los clientes. "Estamos trabajando para vender el 100 %". El canal es la clave. "Nos permite llegar al mercado de una forma diferente y crecer exponencialmente. Y seguiremos incrementando su peso en el negocio". El partner es un gran proveedor de soluciones tecnológicas. "Sage le proporciona una parte del despliegue que debe hacer en su cliente pero él debe proveerle de la solución completa".

A principios de 2021 Sage lanzaba un marketplace para ayudar a que los partners personalizaran sus soluciones. En la actualidad ya hay disponibles más de 100 soluciones de diferentes ISV. "Se trata de que tengan la visibilidad

**“Mi negocio vuela con  
las herramientas de  
gestión adecuadas”**



sage.es

900 878 060

**Sage**  
helping business flow

# Especial Software de gestión

que merecen y, sobre todo, que faciliten el negocio al canal, permitiéndole acceder a mercados diferentes". Para ayudar al canal a dar el salto a la nube, el pasado mes de mayo se presentaba Sage Partner Cloud, para potenciar el negocio en torno a Sage 200, y que cuenta con dos opciones de asociación: Sage Partner Cloud Authorized Partner, en la que el partner ofrece servicios de gestión haciendo uso del Sage Provisioning Portal y de Microsoft Azure; y Sage Partner Cloud Strategic Hosting Provider, con la que el partner de Sage trabaja con un Strategic Hosting Provider, que es quien ofrece los servicios de gestión y asume todas las responsabilidades. Ya hay 8 partners que forman parte de esta iniciativa en España, con el objetivo de alcanzar la decena al final de este año.

Otro apartado de especial interés es favorecer las alianzas entre los socios. Con un ecosistema del que forman parte alrededor de 1.200 compañías, desde hace unos años Sage ha inten-



**Carles Ransanz,**  
vicepresidente de ventas de **Sage** España

tado promover la colaboración, para que diferentes compañías puedan acudir al cliente con una oferta conjunta. Ransanz se muestra particularmente contento de este entorno de colaboración que se ha creado. "Buscamos la especialización. Se trata de buscar sinergias para establecer alianzas, para generar valor, aprovechando el conocimiento y el foco de cada compañía. Esta forma de trabajar es lo que va a hacer que nuestro canal siempre sea más competitivo que cualquier otro".

## Área de los despachos profesionales

El negocio de los despachos profesionales es clave en Sage. La actividad que han tenido estas empresas en estos dos últimos años ha sido frenética. Sage, recuerda, es líder en este segmento. "Es un colectivo muy importante. Dan servicio a la mayoría de nuestros clientes y hacen un consumo del software diferente; muy intensivo", valora.

Los despachos profesionales han experimentado una

evolución. "En muchos de ellos se está produciendo en su dirección un relevo generacional, que ha señalado su intención por hacer negocio de otra forma, trasladando mucho más valor a sus clientes", asegura. "Llevar la contabilidad o hacer las nóminas supone dar un valor mínimo; si el asesor se convierte en un consultor, proporcionando información y asesoría, su negocio crecerá". Junto a este cambio generacional, se asiste a una creación de nuevos despachos que nacen ya con esta mentalidad. El fabricante cuenta con Sage Conecta, que se torna en una comunidad digital que reúne y pone en contacto a pymes, autónomos y asesorías. Se trata de un espacio de contacto y de trabajo colaborativo. Sage ha puesto en manos de los despachos una herramienta de evaluación que les permite medir su grado de digitalización, con el análisis de diferentes parámetros; y, a raíz de ella, hacerle una propuesta para que pueda mejorarlala. 

## Positiva valoración del Kit Digital

Clave en los últimos meses ha sido la implantación del programa del Kit Digital, que intenta promover la digitalización de la pyme gracias a los fondos europeos NextGenerationEU. Según los cálculos de Red.es, entidad adscrita al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, encargada de administrarlos, ya se han repartido cerca de 400 millones de euros.

Carles Ransanz hace una buena valoración de estos primeros meses de despliegue (el Kit Digital arrancó el pasado mes de marzo). "Hay que poner en su justa medida lo que ha sido la creación de esta iniciativa", reflexiona. "Es muy importante reportar los resultados y justificar los proyectos, lo que hace que el proceso sea complejo. Estos primeros meses han sido muy duros: agentes digitalizadores, empresas y organismos públicos están aprendiendo". A su juicio, es una iniciativa muy buena para ayudar a la transformación digital. "Una vez superadas estas fases de aprendizaje, nos va a ayudar a conseguir realmente esa transformación digital que necesitamos en las pymes". Un camino en el que destaca el plan de capacitación digital que se acaba de poner en marcha. "Todo el mundo habla de la tecnología, que es necesaria, pero lo más importante es preparar a las personas para utilizarla o no servirá de nada".

Acceda al vídeo desde  
el siguiente **código QR**

[https://newsbook.es/  
actualidad/el-canal-  
es-la-clave-para-logr-  
ar-que-todo-el-  
negocio-de-sage-pro-  
ceda-de-la-nube-  
2022110298262.htm](https://newsbook.es/actualidad/el-canal-es-la-clave-para-lograr-que-todo-el-negocio-de-sage-proceda-de-la-nube-2022110298262.htm)



**Sage**  
[sage.es](http://sage.es)