

A photograph of a wind farm at sunset. A dirt road winds through a grassy hillside, lined with several large white wind turbines. The sky is filled with vibrant orange and red clouds, with the sun low on the horizon to the left. The overall scene is peaceful and scenic.

**El software de gestión,  
turbina para el negocio**

## ERP inteligentes y autónomos gracias a la inteligencia artificial

En 2024, el impacto de la IA generativa en las organizaciones, con inversiones enfocadas en aumentar la productividad, está transformando los ERP al permitirles anticipar necesidades y tomar decisiones autónomas que antes dependían de los humanos.

**U**n ejemplo clave es su uso en la cadena de suministro, donde los ERP pueden predecir interrupciones y sugerir ajustes en la producción o distribución de manera automática. Además, los asistentes de IA generativa ofrecen a los empleados una interacción intuitiva con el sistema, agilizando las tareas administrativas y permitiéndoles enfocarse en actividades estratégicas.

Gracias a estos avances, los ERP están integrando funciones de procesos autónomos, lo que ayuda a las empresas a adoptar un modelo de "auto-gestión" en áreas claves como facturación, inventario y producción, sin necesidad de intervención humana. Esta capacidad para adaptarse en tiempo real a los cambios en el entorno empresarial brinda a las empresas una ventaja competitiva en términos de velocidad y agilidad.

A medida que las empresas modernizan sus sistemas, muchas prefieren mejorar sus sistemas heredados en lugar de reemplazarlos por completo. Este enfoque se logra mediante herramientas de bajo código y sin código combinadas con IA, que añaden funcionalidades adicionales o mejoran las interfaces de usuario en sistemas antiguos, mejorando la experiencia sin los costos de una migración completa.

El enfoque "componible" (o *composable* en inglés) está cobrando fuerza a medida que los ERP adoptan arquitecturas modulares, permitiendo a las empresas seleccionar y pagar solo



por los módulos que realmente necesitan. Esta flexibilidad no solo reduce costos, sino que también permite que los ERP se adapten a las necesidades cambiantes del negocio de manera ágil y eficiente. La modularidad facilita la incorporación de tecnologías como la IA generativa y el aprendizaje automático, promoviendo la adopción del ERP en pequeñas y medianas empresas.

La analítica predictiva y el *big data* siguen

siendo componentes esenciales de los ERP modernos, pero ahora la IA y el aprendizaje automático llevan el análisis a otro nivel, posibilitando decisiones en tiempo real. En el sector minorista, por ejemplo, los ERP pueden analizar ventas en tiempo real y ajustar automáticamente el inventario; en manufactura, los ERP monitorean el estado de la maquinaria para programar un mantenimiento preventivo antes de que ocurra una falla. A medida que la digitalización avanza, la seguridad y el cumplimiento normativo se vuelven cada vez más cruciales. La IA permite detectar amenazas y aplicar medidas avanzadas de seguridad en los ERP, como la autenticación multifactor y la detección de intrusiones en tiempo real. Además, los ERP modernos se actualizan automáticamente según los cambios regulatorios, garantizando el cumplimiento normativo sin configuraciones manuales y reduciendo el riesgo de sanciones.

La digitalización está transformando los ERP y las aplicaciones empresariales. En 2024, la IA generativa y la automatización avanzada están haciendo posible un ERP inteligente y autónomo que se adapta y anticipa a las necesidades del negocio. Las empresas que adopten estas tecnologías no solo mejorarán su eficiencia y competitividad, sino que estarán mejor preparadas para enfrentar los desafíos de un entorno digital en constante evolución. 

**José Antonio Cano**  
Director de análisis de IDC

La migración al *cloud* es otra de las prioridades de la compañía

## Wolters Kluwer anima a sus *partners* a cocrear para seguir creciendo

**E**n este contexto, el Kit Digital ha impulsado la digitalización y, a juicio de Cámara, "ha servido de mucha ayuda a aquellas empresas que realmente estaban concienciadas de ese cambio y que se han ayudado de proveedores especializados". La directiva considera que sin esa concienciación no tendría mucho sentido "inyectar tecnología por inyectar", aunque cree que el alcance de estas ayudas que ha llegado al 95 % de las empresas le han permitido acceder al grueso del tejido empresarial.

**"El mercado nos empuja hacia el *cloud*"**

Wolters Kluwer estaba preparado para ayudar a las empresas a aprovechar esta oportunidad. "Sabemos cómo escuchar al cliente, cómo detectar sus necesidades y cuáles son las áreas de mejora", sostiene la directiva. Esta preparación y experiencia han sido claves para que el balance de esta iniciativa haya sido positiva para la compañía.

### Migración al *cloud*

Para aprovechar todas las oportunidades del mercado del software Wolters Kluwer está desarrollando una estrategia que parte de la adaptación a los cambios normativos y se basa en tres pilares: el desarrollo en *cloud*, la migración a la nube y la "apifricación".

En el apartado de la migración, Cámara subraya que no se trata de "migrar por migrar, es decir, tenemos que ayudar y acompañar". El cliente tiene que ver las ventajas del *cloud* entre las que se encuentran la actualización automática, la conexión con otros sistemas y la posibilidad de crecer. "Tenemos que concien-



Miriam Cámara,  
sales channel manager en Wolters Kluwer Tax & Accounting

El mercado del software de gestión está viviendo un momento "dulce" por el crecimiento sostenido de la economía y por el papel que está desempeñando la tecnología para mejorar los procesos operativos e impulsar la innovación. Miriam Cámara, sales channel manager en Wolters Kluwer Tax & Accounting, señala que tanto la legislación, las Leyes Antifraude y Crea y Crece, como las ayudas están favoreciendo la digitalización de las empresas y el crecimiento del mercado del software.

 Rosa Martín

ciarle de la parte positiva", insiste, aunque reconoce que queda un escollo que salvar que es el miedo al cambio, un aspecto que la propia empresa tiene que superar con el acompañamiento de Wolters Kluwer.

### Canal

En esta tarea de apoyo al cliente cuenta con un aliado estratégico: sus *partners* del canal. En la actualidad, su red de distribución está compuesta por más de 300 miembros y sigue cre-

## Wolters Kluwer Academy

Los cambios en la legislación están exigiendo la capacitación del canal y a la vez mejorar la información a los clientes. Por ejemplo, las actuales leyes Antifraude y Crea y Crece que se han promulgado casi a la vez están generando mucha confusión tanto en las pymes como en los asesores. Wolters Kluwer para informar y aclarar todas las dudas tanto a las empresas como a sus *partners* cuenta con la Wolters Kluwer Academy, una plataforma que permite formar a sus socios a través de pequeñas píldoras, sesiones en directo y ponencias de expertos.

ciendo. Cámara explica que con algunos socios mantiene una relación de más de 30 años. Esta colaboración estrecha, que extiende a los nuevos miembros que se suman a su red, es clave porque el canal acapara el 50 % de su negocio. La directiva subraya que muchos *partners* siguen creciendo con sus soluciones, pero "además potencian este crecimiento a través de la construcción o el desarrollo de aplicaciones encima de las nuestras". Y a su canal se están sumando otras nuevas figuras que desarrollan sus propias aplicaciones y las conectan con las de Wolters Kluwer.

Esta faceta del desarrollo de soluciones por parte de su canal se plasma en su *marketplace* y un factor que está empujando la creación de nuevas soluciones es el cambio legislativo como el que se está desarrollando ahora con las nuevas normativas de facturación electrónica. Cá-

mara explica que está trabajando con los *partners* más consolidados "para ir al mercado, de forma más rápida, con productos muy específicos". Al mismo tiempo, está trabajando en otras áreas como en el ámbito de los Recursos Humanos con otros actores del mercado para conectar sus soluciones a las suyas. "Actualmente ya tenemos más de 50 aplicaciones conectadas en el *marketplace*", detalla Cámara. Este trabajo no acaba en el *marketplace* porque intenta que materialice en una acción conjunta para llevarlas al mercado con "alianzas y con sinergias para ofrecer una propuesta más completa".

## Oportunidades y futuro

Wolters Kluwer anima a su red de socios a unirse a lo que llaman "apificación", es decir, trabajar y cocrear sobre sus soluciones ya que cree que es la mejor manera de aprovechar las nuevas oportunidades que presenta el mercado. "Les animamos a que nos ayuden para que podamos dar forma a esta estrategia y a cualquier proyecto. Por lo tanto, la "apificación" es el eje para que puedan conectar esas aplicaciones que desarro-

llen sobre las nuestras", insiste la directiva.

Al mismo tiempo, la compañía sigue muy pendiente de las tendencias que marcarán el futuro del software. Una de ellas que se da en el presente y que tiene mucho recorrido en el futuro es el *cloud*. "El

mercado nos empuja hacia el *cloud*", comenta Cámara. Y, a la vez, está incorporando la inteligencia artificial tanto en el producto como en el servicio de atención al cliente para resolver

las dudas y atender de manera más rápida a los clientes. "No importa el canal que utilicemos, lo importante es utilizar la inteligencia artificial para llegar cuanto antes con la respuesta más adecuada. Ahí es donde estamos ahora mismo trabajando", concluye la directiva. 📺

"Sabemos cómo escuchar al cliente y cómo detectar sus necesidades"

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/videos/wolters-kluwer-anima-a-sus-partners-a-cocrear-para-seguir-creciendo-20241105113003.htm>





---

# a3innuva ERP

La solución online que simplifica la gestión del negocio de la pyme y del autónomo, integrando la facturación y la contabilidad de forma centralizada y completamente adaptada a tus necesidades.



Gestionar tus **presupuestos**, crear tus **facturas de compraventa**, o gestionar los **cobros y pagos** nunca había sido tan fácil ni rápido.



Facilita la gestión de la **contabilidad** y **presentación de impuestos** accediendo a toda tu información de manera rápida y eficiente.

"Contamos con un canal muy especializado que aporta mucho valor"



Antonio Javier García,  
responsable de canal en Zucchetti Spain

El mercado del software de gestión sigue manteniendo su crecimiento año tras año y las previsiones es que así suceda en los próximos años. En los dos últimos ejercicios la aplicación de los fondos NextGenerationEU y, especialmente el Kit Digital, en el que había un epígrafe específico para este mercado, han actuado de impulso. Antonio Javier García, responsable de canal en Zucchetti Spain, hace un buen balance del negocio del fabricante en este 2024, en el que el canal siguió siendo pieza clave.  Marilés de Pedro

que además de las herramientas de ERP y CRM, corazón del software de gestión, exhibe soluciones de gestión de RR.HH., nóminas, movilidad, TPV y para los despachos profesionales. "Nuestro motor de negocio es el ERP; un segmento que ha madurado en los últimos años. Es un producto que las empresas, sea cual sea su tamaño, necesitan. Es impensable que el software no esté accesible desde cualquier sitio y momento. En nuestro caso, disponemos de una funcionalidad en modo web para que los empleados puedan acceder desde cualquier lugar o dispositivo".

El responsable del canal explica que Zucchetti ha seguido fortaleciendo su propuesta al mercado. "El área de los recursos humanos y las soluciones del ámbito laboral, por ejemplo, cuentan con un mayor peso gracias a la expansión del teletrabajo y de la movilidad".

En los dos últimos años, reconoce el impulso que ha proporcionado el Kit Digital en el negocio de la pequeña y la mediana empresa. También los cambios normativos han sido y serán motor para el negocio, con dos referencias esenciales: la Ley Crea y Crece, y la Ley Antifraude. El pasado 28 de octubre se aprobó la Orden Ministerial que desarrolla esta última, lo que obliga a todas las empresas que tienen actividad en España a emitir sus facturas usando un software antifraude. "Tanto las empresas como el canal han estado muy expectantes ante estos cambios normativos, confiando en el fabricante, que es quien debe hacer las modificaciones técnicas", explica.

En el caso de Zucchetti, recuerda que el desarrollo del software estaba muy avanzado ya que la legislación en el País Vasco ya contemplaba, por la implementación del TicketBAI, este tipo de normativa. "Se abre una importante oportunidad de negocio. Muchas empresas, por la obligatoriedad de adaptarse a los nuevos requisitos, se plantean una evolución de su actual ERP. Además, los desarrolladores más pequeños, ante estos cambios complejos, valoran mo-

**E**

n 2023 Zucchetti España logró una facturación de 22 millones de euros gracias a una red de clientes formada por

más de 4.000 compañías. "Todo indica que vamos a tener un año 2024 muy bueno, consiguiendo el crecimiento esperado", ratifica. Zucchetti cuenta con una oferta, enorme, en la

# solmicro erp6

¡El ERP con el que tu  
empresa estará **OK!**

El Software de gestión para la era digital 4.0



Personalizable



Rentable



Usable



**SOLMICRO ERP**  
Mejor Software de  
Gestión Empresarial



## ZUCCHETTI

El software que te acerca al éxito

## Migración al cloud

La migración a la nube de la oferta está en la hoja de ruta de todos los fabricantes de software de gestión. En el caso de Zucchetti, prácticamente todas sus soluciones tienen la opción de ser adquiridas en un formato en la nube. "Solmicro ERP fue el primer ERP en ofrecerse desde Microsoft Azure. Todo nuestro canal dispone de las distintas opciones de licenciamiento y siempre ofrecemos la que mejor se adapta al tipo de cliente", explica. En su análisis de la migración a este entorno, el responsable de canal asegura que aún presenta dudas para muchas pequeñas y medianas empresas. "Es la adopción de las grandes empresas la que tira del *cloud*, con los modelos híbridos ganando mucha aceptación". Mientras que la adopción del ERP sigue exhibiendo, aún, mucha implantación en los entornos *onpremise*, "el área de los recursos humanos y las soluciones de nóminas está casi todo en el *cloud*", explica.

ver su base instalada a otras soluciones como Solmicro ERP", explica, insistiendo en el hecho de que estos desarrolladores e ISV "asumen mucha responsabilidad al ofrecer un software que cumpla con ambas legislaciones".

### Estrategia de canal

El canal es pilar de negocio. Se trata de un ecosistema del que forman parte 300 profesionales certificados, en el que la formación es esencial. "Nuestros productos abren una enorme posibilidad de verticalización para cubrir las necesidades de cualquier tipo de cliente y sector, lo que obliga a un desarrollo por parte de los *partners*", explica. "Contamos con un canal muy especializado que aporta mucho valor".

El responsable de canal incide en lo importante que es establecer un marco de

confianza con el canal. "Dejamos muy claro cuáles es nuestra forma de trabajar y nuestros márgenes. Somos muy transparentes".

Los perfiles para la comercialización de cada producto son diferentes. El grupo más desarrollado es el canal centrado en el ERP mientras que en el área de los productos más complejos, vinculados con los recursos humanos y las nóminas, "se exige al distribuidor un perfil consultor, dedicado a la mediana y a la gran cuenta". La colaboración es otro factor clave en la es-

trategia de Zucchetti. "Además de desarrollar sus propias soluciones, favorecemos que los *partners* colaboren entre ellos". También se observan acciones de venta cruzada. "Hay un interés creciente en nuestro canal en ir añadiendo otras soluciones de Zucchetti a su oferta. Aunque el ERP sigue siendo el motor, los distribuidores detectan otras necesidades dentro de sus clientes, lo que les permite ofrecer el resto de las soluciones que forman parte de nuestra oferta".

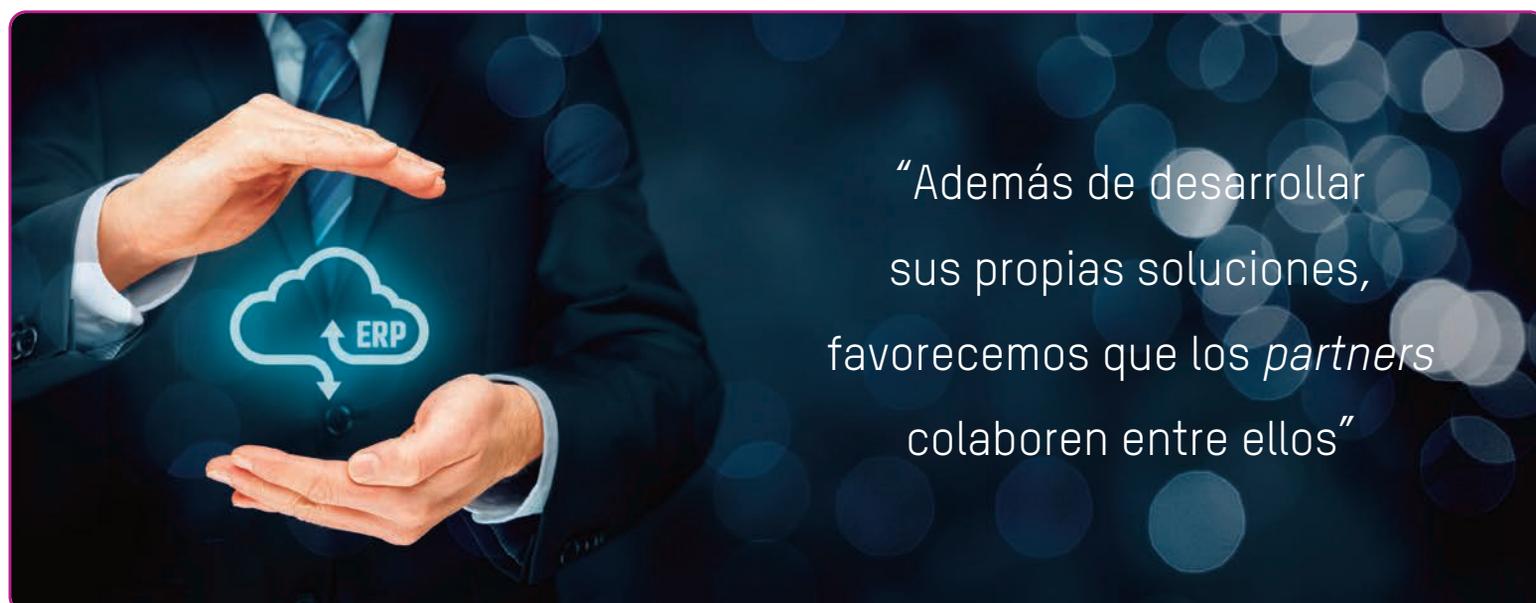
De cara al año que viene, Antonio Javier García insiste en el valor de la especialización. "Los *partners* que se han especializado y se han dedicado al desarrollo de áreas específicas, están obteniendo muy buenos resultados gracias a la creación de su propia propiedad intelectual". La compañía ha lanzado un nuevo ERP que pretende cubrir las necesidades de las compañías entre uno y cinco usuarios, lo que en España señala una base de alrededor de 1.700.000 empresas. "Hemos adaptado nuestra solución para dar a estas empresas la posibilidad de disfrutar de las prestaciones de un ERP a un coste muy competitivo. Si luego necesitan crecer, pueden adquirir un producto más avanzado, sin necesidad de migración, ya que la base tecnológica es la misma".

García reconoce que aún queda mucho por hacer. "Contamos con productos muy competitivos. Disfrutamos de la experiencia de otros países, en los que disfrutamos de un sólido liderazgo: en Italia, por ejemplo, Zucchetti es el ISV número uno, superando en facturación a Microsoft". 

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/contamos-con-un-canal-muy-especializado-que-aporta-mucho-valor-20241105112989.htm>



"Además de desarrollar sus propias soluciones, favorecemos que los *partners* colaboren entre ellos"

Con el objetivo de adaptarse a la nueva realidad del mercado, Sage ha decidido unificar su negocio en Iberia

## “Nuestro canal ha sido, es y será el motor del negocio de Sage”

En un mercado cada vez más competitivo y fragmentado, las empresas necesitan soluciones de gestión empresarial que se adapten a sus necesidades específicas. Sage, consciente de esta realidad, ha desarrollado una estrategia centrada en la personalización y la adaptación a los diferentes mercados. A través de la unificación de su negocio en Iberia y la inversión en nuevas tecnologías, está ofreciendo a sus clientes soluciones más flexibles y escalables. Todo ello, apoyado por su canal de distribución.

◆ Bárbara Madariaga

La digitalización ha revolucionado el panorama del software de gestión empresarial en España en los últimos años. Impulsadas por la necesidad de adaptarse a un entorno cada vez más competitivo y dinámico, las empresas españolas han adoptado masivamente soluciones de software que les permiten optimizar sus procesos, agilizar la toma de decisiones y mejorar su eficiencia operativa.

bién presentó desafíos en términos de gestión y adaptación a las últimas tendencias tecnológicas. Sin embargo, hace tres años, Sage decidió cambiar su estrategia y centrarse en “reducir y optimizar nuestro portafolio y desarrollar nuevas soluciones más avanzadas tecnológicamente hablando”

### “Nuestros *partners* nunca han sido meros revendedores”

Para satisfacer las demandas de unos clientes en constante adaptación, Sage ha continuado siendo fiel a su estrategia: “Estar cerca de las empresas y desarrollar productos y servicios para que puedan crecer y prosperar”, destaca Hugo Oliveira, director de canal de Sage Iberia, quien, no obstante, reconoce que la compañía también ha tenido que cambiar su planteamiento empresarial. Durante años, Sage creció a través de múltiples adquisiciones. “Aunque esto amplió considerablemente nuestro portafolio”, tam-

basadas en la nube y conectadas. “Este enfoque nos permite responder de manera más ágil a las demandas del mercado” y posicionarse a la vanguardia de la industria tecnológica. En esta evolución el canal de distribución ha jugado un papel clave. “Ha sido, es y será el motor del negocio de Sage”, reconoce Hugo Oliveira. “Nuestros *partners* son los que llevan nuestros productos directamente a los clientes y los que generan el valor añadido”.



Hugo Oliveira,  
director de canal de Sage Iberia

### Tendencias en el mercado del software

El software de gestión empresarial está evolucionando rápidamente. Gracias a tecnologías como la nube, la inteligencia artificial y el desarrollo ágil, las empresas pueden ofrecer soluciones más personalizadas, automatizadas y accesibles. La tendencia hacia la nube y los

# Especial Software de gestión

modelos de suscripción, junto con la integración de la IA para mejorar la toma de decisiones, están transformando la forma en que las empresas gestionan sus operaciones. Además, la creciente demanda de colaboración y movilidad está impulsando el desarrollo de soluciones más intuitivas y adaptadas a las necesidades de los usuarios modernos.

En este sentido, Hugo Oliveira reconoce que el canal "tiene que adaptarse a esta nueva realidad" de una manera radical. Éste "cuenta con nuestro apoyo para lograrlo". De hecho, y tal y como confirma Hugo Oliveira "estamos haciendo frente a los desafíos juntos y nuestros *partners* ya están avanzando con nosotros en este camino".

## Nueva estructura de canal

Precisamente para adaptarse a los nuevos tiempos, Sage decidió unificar su negocio en Iberia. Tal y como explica Hugo Oliveira, esta decisión se adoptó tras comprobar que "no tenía sentido que cada equipo trabajara de forma aislada" en Iberia. Por eso, "desde principios de año, hemos centralizado todas nuestras estrategias de *go-to-market* en un único equipo, asegurando una visión y ejecución unificadas".

Esta estrategia se ha trasladado a su red de venta indirecta. "Queremos gestionar y desarrollar el canal de Iberia para aprovechar al máximo el trabajo y optimizar los recursos". En otras palabras, la intención de Sage es considerar el canal como un todo unificado en Iberia y administrarlo como tal. Esta unificación no ha estado exenta de retos. "Los principales desafíos que hemos encontrado radican en las diferencias entre los perfiles de nuestros *partners* en España y Portugal". Por ejemplo, en España, "los *partners* suelen ser monomarca, de mayor tamaño y más exclusivos". Sin embargo, en Portugal predominan los *partners* "multimarca y de menor dimensión". Estas diferencias hacen que sea complejo gestionar ambos mercados de manera totalmente uniforme, aunque los procesos internos estén unificados. Por ello, "hay que tener en cuenta las diferencias y adaptarlas a cada mercado". Hugo Oliveira continúa explicando que, al unificar procesos y reglas, "hemos logrado que

nuestros *partners* tengan una visión más estratégica del mercado ibérico". Esto ha fomentado la expansión de sus negocios más allá de las fronteras nacionales, preparando el terreno para una futura comercialización de productos a nivel europeo. Los resultados son evidentes: "Cada vez más *partners* operan en ambos países y muestran un gran interés en aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado ibérico".

## Sage Active

Sage Active es una solución en la nube diseñada para simplificar la gestión contable y financiera de las empresas. Esta herramienta, que permite automatizar muchos de los procesos contables, desde la facturación hasta la conciliación bancaria, pasando por la gestión de compras y ventas, es una muestra de cómo las innovaciones están transformando la forma de vender y trabajar.

Esta solución, que sigue en fase de desarrollo, todavía no está disponible para la venta en el canal, "aunque lo estará en breve". ¿El motivo? Antes de lanzar un nuevo producto al mercado, "especialmente a través de nuestros *partners*,

"Queremos gestionar y desarrollar el canal de Iberia para aprovechar al máximo el trabajo y optimizar los recursos"

nos aseguramos de que esté completamente maduro y listo para su comercialización. Esto implica realizar exhaustivas pruebas internas para validar su escalabilidad y garantizar que nuestro equipo de soporte cuente con todos los conocimientos y recursos necesarios para brindar un servicio de calidad a nuestros *partners* y clientes".

Hugo Oliveira confirma que su compañía está trabajando con sus socios para asegurar la integración de sus soluciones con su plataforma. "Esto implica brindarles la capacitación técnica necesaria para adaptar sus soluciones verticales a las características específicas de nuestra nube y garantizar un funcionamiento óptimo. Además, les ofrecemos

cursos y herramientas para que puedan vender de manera efectiva soluciones basadas en la nube".

En este sentido, recuerda la importancia del canal en el negocio de Sage al ser el que crea valor alrededor del producto. "Nuestros *partners* nunca han sido meros revendedores". Es por este motivo por el que la formación cobra especial importancia.

## ISV, alianzas y *midmarket*

Los ISV son otras figuras claves en la estrategia de canal de Sage. En este sentido, el trabajo de la firma se centra en trabajar de manera conjunta con estas figuras, "a las que también denominan *tech partners*", para asegurarse de que están preparados "para integrar nuestros productos" en su propuesta.

En cuanto a su política de alianzas estratégicas, Sage está trabajando para llegar a nuevos mercados y facilitar nuevas herramientas a su canal. Colaborar con otros actores del mercado "nos permite ampliar nuestra oferta de valor y llegar a nuevos segmentos". Estas asociaciones "son clave para el éxito de nuestra estrategia y nos

ayudan a consolidar nuestra posición en el mercado".

Con estas alianzas, Sage busca incrementar su presencia en mercados claves y que compartan su visión y sus valores en sectores como telecomunicaciones, seguros o bancos, entre otros. "Estas colaboraciones

nos permiten llegar a más clientes y ofrecer soluciones más completas, generando un beneficio mutuo para todas las partes involucradas". En cuanto a los programas para la mediana empresa estos "ya están unificados". Al ser productos globales, el proceso fue más sencillo. El reto está "en las pymes, ya que el perfil de nuestros *partners*, la dimensión de sus negocios y los productos que utilizan varían significativamente entre España y Portugal".

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/videos/nuestro-canal-ha-sido-es-y-sera-el-motor-del-negocio-de-sage-20241105112965.htm>

