

Transforma y hace más competitiva a las empresas

## Software ERP, un actor clave en la transformación digital

Cristina Mínguez 11/10/2017



**Tecnologías como big data o IoT están provocando que los sistemas ERP evolucionen hacia capacidades mayores en cuanto al uso de los datos, su visualización y una analítica cada vez más avanzada y precisa que se anticipa a las necesidades del cliente.**

Desde que surgieron, los sistemas ERP han pasado por enormes transformaciones. Los cambios empezaron con la integración de varios subsistemas, pasaron por las adaptaciones necesarias con el advenimiento de Internet y la globalización de las empresas a inicios del 2000, entre otros, y ahora se ven impactados, entre otras tendencias, por las necesidades de las empresas para llevar a cabo el proceso de transformación digital de sus negocios.

Para Tomás Font, director Business Development & Product Strategy, **Wolters Kluwer Tax & Accounting**, principalmente son dos las tendencias que marcan las líneas de actuación actuales en el desarrollo de software de gestión. "Por un lado, la inteligencia artificial, que va ganando presencia en la automatización de los procesos de las organizaciones para mejorar la toma de decisiones o la experiencia de usuario, por ejemplo. Por el otro, los sistemas abiertos, es decir, software accesible a interconectado con otras soluciones para poder intercambiar y explotar los datos más allá del propio ERP".

Justino Martínez Salina, director general de **Solmicro**, advierte como las empresas siguen avanzando hacia la transformación digital de manera vertiginosa. "Para ello es necesario acceder a las aplicaciones desde cualquier lugar y dispositivo y con el menor coste posible. Existe una cada vez mayor apertura a las soluciones de gestión en la nube que les permitan gestionar sus necesidades de planificación, dirección, análisis y toma de decisiones. Los cambios en el mercado, el crecimiento y la normalización del e-commerce y la necesidad constante de innovación y adaptación en un entorno altamente competitivo están acelerando la transformación interna de las organizaciones".

En esta línea, Gustavo Brito, director general de **IFS Iberia**, considera que las empresas están experimentando actualmente una transformación digital masiva, creando nuevas oportunidades para aprovechar las tecnologías emergentes y permitir así un nuevo enfoque de las prácticas empresariales. "No se trata solo de un arrebató, sino de cambios a largo plazo tanto en la forma en que utilizamos la tecnología, como en las estrategias de negocio. Cualquier customización o desarrollo complica la evolución hacia la transformación digital, por eso IFS apuesta por tener toda la funcionalidad de forma estándar en IFS Applications".



Los nuevos sistemas de software de gestión ERP ya están preparados para sacar todo el rendimiento a nuevas tecnologías como el IoT o la inteligencia artificial.

"En los próximos años continuará además la tendencia a incrementar la inversión en nuevos dispositivos inteligentes, ya que está demostrado que la conexión smart device + business solutions genera compañías y usuarios mucho más productivos y eficaces", añade Gustavo Brito.

Igualmente, Jesús Muñío Barreiro, director comercial de **Qualiac España**, considera que crece la apuesta por la interconexión con otros sistemas basados en big data, donde el ERP aporta la información basada en los procesos de la compañía; asimismo continúa el desarrollo de soluciones de movilidad, favoreciendo el acceso multicanal así como la aparición de nuevas funcionalidades; por último, las soluciones verticales orientada a una industria o actividad concreta complementan la oferta tradicional de los ERP ofreciendo especialización.

Para Isabel Pomar, directora comercial y de marketing de **Datisa**, la mayoría de los ERP ya están preparados para integrarse con otras aplicaciones complementarias. "La tendencia es cada día tener mayor integración con aplicaciones de todo tipo. Y es lógico porque en plena era digital, una de las cosas que más se busca es la mejor adaptación a la experiencia de usuario. Lo que implica una transformación en todas las capacidades nuevas que se derivan del entorno digital, ya sea marketing, ventas, etc.

Como explica la responsable de Datisa, IoT o big data están cada día más presentes por lo que la evolución del ERP pasará también por utilizar tecnologías de este tipo que permitan utilizar datos estructurados y no estructurados y, descubrir y 'explorar' la información con la que trabajan estos sistemas.

La nube gana cada vez más adeptos, no solo porque la seguridad de servidores ha aumentado, sino también por una razón de costes de infraestructura, comenta Hugo Ferreira, director de Negocio Internacional de **PHC Software**. "Así lo indican los datos de nuestro estudio 'La digitalización de la gestión empresarial en España', en el que han participado más de 200 pymes. Tras los recelos iniciales, en los últimos años la nube ha ganado protagonismo entre las pequeñas y medianas empresas, especialmente en su modalidad SaaS. En PHC somos conscientes de esta tendencia. Comenzamos a mirar hacia la nube hace diez años y en breve presentaremos novedades muy interesantes y disruptivas de nuestro producto Drive FX. Según nuestro estudio, un 31% de las empresas que han afrontado el proceso de transformación digital asegura que todo el software de gestión de su empresa es cloud, mientras que un 35% señala que ya confía en la nube en determinados escenarios, apostando en su empresa por un modelo de gestión híbrido".

Para Juan Manuel Vila, Business Development Director de **Quonext** tampoco hay razón para que las empresas sean reticentes respecto al cloud. "Es más, se trata de un modo de uso que las atrae por su reducido coste, porque elimina la necesidad de tener complejas infraestructuras tecnológicas y porque, no olvidemos, les permite concentrarse en lo que realmente les importa: generar el máximo negocio posible".



Crece en el mercado la apuesta por la interconexión con otros sistemas basados en big data, donde el ERP aporta la información basada en los procesos de la compañía.

### Experiencia de usuario mejorada

El auge de la omnicanalidad plantea la necesidad de aunar todas las vías de información y distribución aprovechando las ventajas del comercio electrónico, la tienda física, las redes sociales y los dispositivos móviles. Como explica Hugo Ferreira, de PHC Software, el nuevo escenario de consumo está enfrentando a las empresas al desafío de gestionar todos estos canales de un todo conectado e integrado. "Por ejemplo, una solución de retail debe ofrecer una experiencia agradable del cliente en tienda y, por supuesto, cuando decide comprar online. Hay dos grandes características que el software debe contemplar: por un lado, debe trabajar todos los touchpoints de forma totalmente integrada con el ERP; y en segundo lugar, la solución debe ser flexible para permitir una buena parametrización del producto, porque cada negocio tiene sus particularidades. Es fundamental, cuando se escoge una solución, que ésta se adapte a la realidad de cada empresa. Pero hay que destacar que el customer experience no solo es importante en el área del retail, sino también en las empresas de servicios. Es importante que las empresas tengan herramientas (como un CRM) que les permita trabajar la relación con sus clientes de forma eficaz e integrada. En definitiva, el customer experience y la omnicanalidad son temas con los que estamos muy sensibilizados y a los que dedicamos un gran esfuerzo de desarrollo e innovación".

Para el responsable de Solmicro, en un entorno en el que proliferan los software de gestión como servicio, la experiencia de usuario es un factor competitivo clave. "Existe un amplio número de programas de gestión con pocos o muy escasos elementos diferenciales, por lo que si tu interfaz no es atractiva e intuitiva para el usuario, será difícil que pueda contribuir a la mejora de la productividad y la competitividad. Por lo demás, vivimos en sociedades cada vez más móviles, conectadas e inteligentes. La omnicanalidad es un factor clave para responder a una necesidad presente en la sociedad. El proveedor de software que no dé una respuesta ante ese panorama se quedará obsoleto".

Y es que, como apunta Tomás Font, de Wolters Kluwer, situar al cliente o usuario en el centro de todas las decisiones empresariales se ha convertido en algo vital para cualquier organización, por pequeña o grande que sea. "Y en ese sentido, únicamente el sistema ERP que cubra los 360° de la empresa (es decir, que gestione todas sus áreas: compras, comercial, facturación, etc) puede favorecer la visión única de cliente para poder ofrecerle una adecuada relación con la marca. Además, para que la experiencia de usuario sea global, el software de gestión debe estar integrado con los agentes con los que la pyme interactúa, como son los despachos profesionales, las entidades financieras, las administraciones públicas...".

Explica Gustavo Brito que IFS está consolidando su liderazgo en gestión de servicios con dos nuevas adquisiciones: mpsystems Limited y Field Service Management Limited. "Esta nueva propuesta de Gestión de Servicios Mejorada de IFS ofrece una gestión integral y omnicanal de los centros de contacto, proporcionando una solución completa y de elevado compromiso con el cliente".



Las soluciones verticales orientada a una industria o actividad concreta complementan la oferta tradicional de los ERP ofreciendo especialización.

### Servicios alrededor del software

La puesta en marcha de un software ERP en la empresa, la consultoría previa, así como formación o atención posventa, entre otros servicios, son más que necesarios en la mayoría de las implantaciones, dada la complejidad de estos sistemas.

Para Isabel Pomar, de Datisa, las pymes valoran el servicio profesional personalizado, además de las funcionalidades, es decir, cada día más, este tipo de organizaciones busca aplicativos acompañados de servicios especializados. "Es una nueva manera de entender la provisión tecnológica. Conscientes de ello, en Datisa, diseñamos una completa gama de servicios que acompañan a todos nuestros aplicativos. Con ello, buscamos la optimización del aprovechamiento de nuestras soluciones y, el impulso eficiente para un retorno rápido de la inversión tecnológica".

Karim Cherif, Project Manager en **QAD España** afirma que cada vez más los clientes implementan el software de forma autónoma, y les contactan solo para actividades de valor añadido en procesos clave. "La tendencia hacia el cloud permite que las actividades de consultoría se concentren en tareas de consultoría funcional abandonando las actividades técnicas típicamente relacionadas con la instalación y puesta en marcha del software".

En su propuesta, Datisa ha diseñado un amplio abanico de servicios con el que espera adaptarse a los requisitos y necesidades de cada organización. Todos ellos, se prestan por profesionales de alta cualificación y especializados en distintas materias. Entre ellos, además de la formación, se incluyen los servicios técnicos y los de consultoría y el objetivo que persiguen, además del de la diferenciación, destaca el acompañamiento al cliente durante todo el proceso de implementación de un ERP, desde que se plantea la posible necesidad, hasta la puesta en producción del aplicativo.

Tomás Font explica como el modelo clásico de servicios que giran en torno al software de gestión se está transformando de forma irremediable por varios motivos. "Por un lado, por la preminencia que en empresas como Wolters Kluwer otorgamos a la experiencia de usuario para diseñar nuestras soluciones, lo que hace que sean más fáciles de usar e intuitivas, lo que hace necesario ofrecer servicios de consultoría de mayor valor para rentabilizar mejor la inversión realizada, dado que el software da cobertura a un mundo más complejo. Por otro lado, por la tecnología utilizada, como el cloud computing, que obliga también a repensar los servicios que se ofrecen alrededor de la implantación".

En el caso de Quonext, "nos movemos bajo la filosofía de ofrecer soluciones de presente y futuro a las empresas reales de las empresas", explica su responsable. "Nuestro valor añadido reside en ser cercanos a nuestros clientes y ofrecerles una respuesta especializada y objetiva, sin limitarla a que sólo puedan usar los productos de un determinado fabricante. Tenemos además un importante acercamiento sectorial, gracias al expertise de nuestro equipo de especialistas en industria, distribución, servicios y turismo. Gracias a ello garantizamos la perfecta alineación de las herramientas tecnológicas con los procesos de negocio".