

# Caso de Estudio #1

## Integración eficiente de datos médicos en los sistemas CRM de Latinoamérica

Las estrategias y procesos de gestión de la relación CRM por sus siglas en inglés con los clientes representan la piedra angular del éxito de las empresas en dirigirse a nuevos clientes, adquirirlos y brindarles servicio. Los sistemas CRM son los populares en Latinoamérica como lo son en otros regiones y cada vez más compañías están adaptando marcas de soluciones empresariales CRM como Salesforce y Microsoft Dynamics. Sin embargo, la eficacia de los sistemas CRM dependen casi enteramente en la calidad de los datos que se les ingresan. Y hasta hace poco, la calidad de datos era bastante mala en cuanto a hospitales y equipos médicos.

Con datos hospitalarios inconsistentes, las empresas que operan en la región han tratado de salvar la brecha de datos al pedirles a sus vendedores que ingresen datos, según algunas estimaciones, hasta el 60% del tiempo de los vendedores podría estar dedicado a la recopilación de datos para sistemas CRM mediante cuestionarios y encuestas. En muchos casos, este dato por resultado una base de datos poco sincronizada y llena de errores. Una mala fuerza de ventas fácilmente puede verse abrumada por el requisito de tener que llenar

a un sistema con datos que ya conocen. Lo que es todavía más importante es que inevitablemente, el sistema CRM se centra en clientes existentes sin ofrecer una vista del potencial adicional del mercado. A pesar de los millones invertidos en CRM, el problema impide que las empresas obtengan el retorno deseado: la identificación y cuantificación de oportunidades de ingresos. Al final, el problema no está con el motor sino con el combustible.

Por fortuna, el dilema de datos CRM ha cambiado en el caso de las compañías del cuidado de la salud que operan en Latinoamérica. Con perfiles altamente detallados de casi el 60% de los hospitales de la región, la base de datos hospitalarios de Global Health Intelligence no puede usar para llenar las soluciones de CRM para que produzcan mejores resultados. Más de 2 millones de datos individuales los proveen a clientes la cobertura de CRM para casi 80,000 hospitales en Latinoamérica en todos los mercados principales: Brasil, México, Colombia, Argentina, Perú, Chile, Panamá, Guatemala, Costa Rica, Puerto Rico y la República Dominicana.