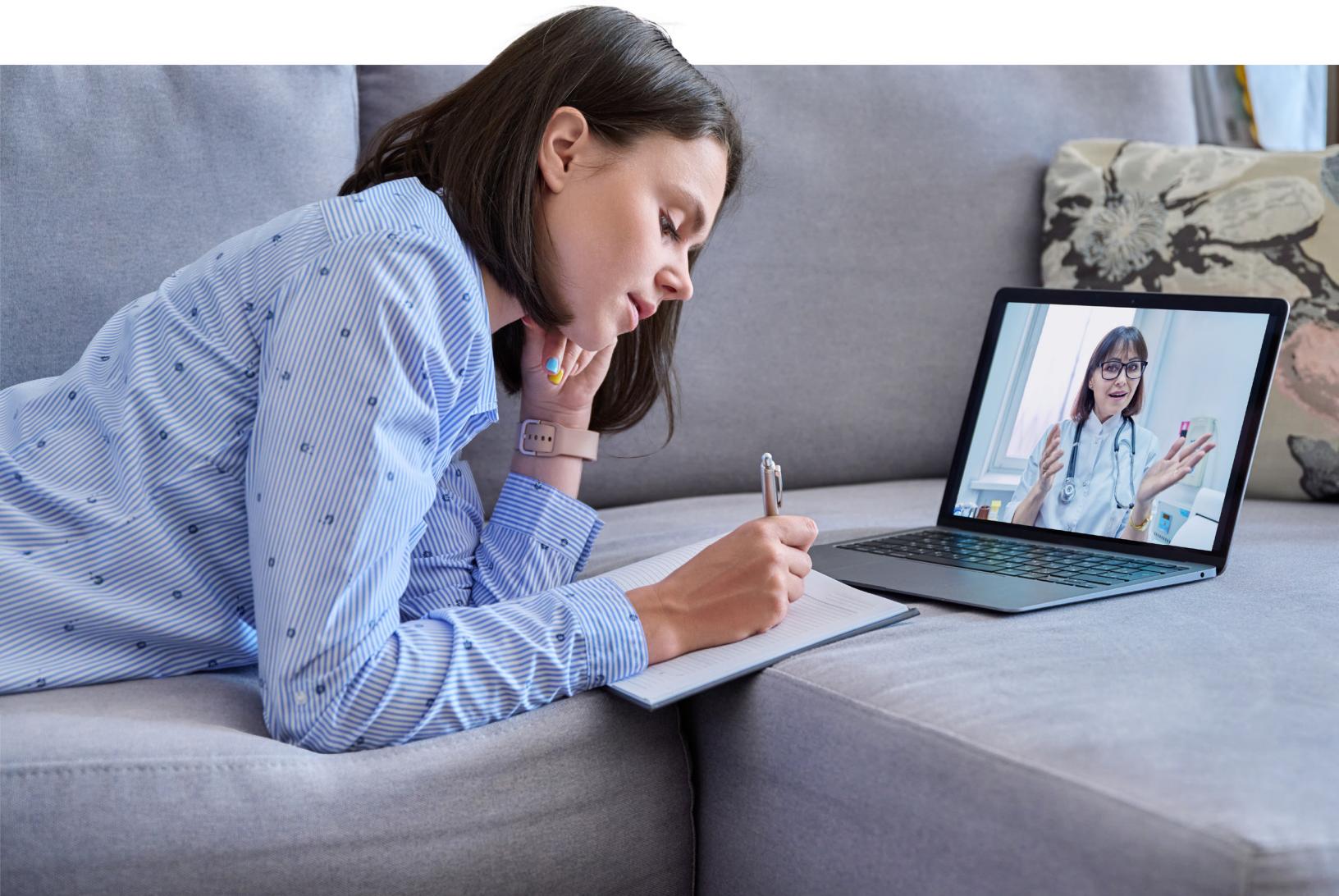


Adobe

Cuatro pasos para sacar el máximo partido de las soluciones de comercio en el sector de atención médica y ciencias de la vida.

Adobe Commerce ayuda a las organizaciones de atención médica a enriquecer sus datos y sus relaciones con los pacientes.



Los pacientes están perdiendo la paciencia con las experiencias de atención médica tradicionales. Esperan algo sencillo, conveniente y personalizado, tal como lo sería una experiencia de compra. [En una encuesta de más de 1,000 clientes](#), el 44% esperaban que sus proveedores de atención médica los contactaran en el momento justo y en el contexto correcto. En un [estudio similar de Adobe](#), el 66% de los clientes querían recibir alertas por mensaje de texto o correo electrónico sobre sus medicamentos y citas médicas, y el 52% deseaban recibir correos electrónicos personalizados acerca de su idoneidad para programas de tratamiento.

Para las organizaciones de atención médica, brindar experiencias comerciales de alta calidad no es tan fácil como suena. La mayoría de las tecnologías de comercio y experiencia del cliente fueron diseñadas para la venta minorista y para otros sectores. Por lo tanto, no protegen la información de salud personal como lo exige la Ley de Portabilidad y Responsabilidad de Seguros Médicos (HIPAA) y otras leyes de privacidad de Estados Unidos. Es por ello que muchas organizaciones dependen de sus equipos de TI o sus desarrolladores para crear sus propios mecanismos de seguridad y privacidad de los datos, una forma compleja y en ocasiones costosa de cumplir con los requisitos de HIPAA.

Algunas plataformas comerciales están diseñadas para ayudar a las organizaciones a cumplir con HIPAA. Además de vender artículos que no necesitan receta, como aparatos ortopédicos y andadores, también permiten ofrecer recursos educativos, recordatorios de citas médicas y contenido relacionado con el bienestar. Estas plataformas ayudan a las organizaciones de atención médica a recopilar datos propios, que los pacientes comparten voluntariamente, con el fin de enriquecer la experiencia de atención.

En este libro electrónico, exploraremos los retos y casos de uso de la transformación digital en el sector de la atención médica. También presentaremos cuatro estrategias para proporcionar mejores experiencias a los pacientes mediante estas soluciones de comercio.

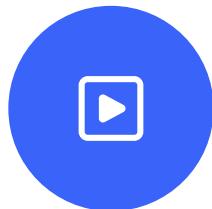
Datos del cliente, conozcan los requisitos de HIPAA.

Las organizaciones de atención médica no pueden brindar experiencias digitales personalizadas sin los datos correctos del cliente. Pero para proteger a los pacientes y a otros consumidores, las organizaciones deben garantizar la recopilación de datos de conformidad con las pautas de HIPAA y otras numerosas normativas generales de privacidad.

En la actualidad, hay muy pocas tecnologías de experiencia digital diseñadas para ayudar a las organizaciones de atención médica a cumplir con estos requisitos. Por tal motivo, dichas organizaciones deben escoger entre proyectos costosos de personalización o un gran equipo de TI que pueda desarrollar y mantener sus propias herramientas. Muchas optan por la segunda opción y generalmente logran cumplir con HIPAA, pero a cambio brindan experiencias digitales fragmentadas, difíciles de mantener y actualizar.

Cómo sacar el máximo partido de las soluciones de comercio.

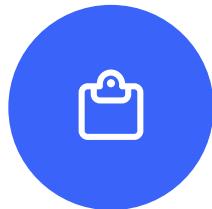
Las organizaciones de atención médica a menudo son entidades sin fines de lucro y se enfocan más en los pacientes que en las ventas, por lo que no adoptan tecnologías de comercio a la misma velocidad que otros sectores. Sin embargo, las soluciones de comercio preparadas para HIPAA permiten personalizar las experiencias de atención médica y priorizar las necesidades de los pacientes, ya sea con un mejor contenido educativo o con herramientas de autoservicio fiables que les permiten obtener lo que necesitan rápidamente.



Contenido educativo.

Cuidar la salud conlleva muchas interrogantes. La tecnología de comercio conecta a los pacientes que compran productos de manera proactiva (por ejemplo, corredores que adquieren rodilleras por prevención) con videos instructivos, artículos y más contenido digital adecuado.

- **Antes de una solución de comercio:** los pacientes buscan formas de usar sus máquinas de CPAP, inyectores de epinefrina o monitores de presión sanguínea, y no siempre encuentran la información correcta.
- **Con una solución de comercio:** proporcionan tutoriales, clases y más en función de las acciones y transacciones anteriores de los pacientes.



Compras con receta.

Cuando los pacientes necesitan una receta, adquirirla puede ser un proceso complejo, y en ocasiones requiere varias llamadas para averiguar dónde y cuándo pueden hacer la compra. Con las soluciones de comercio, los pacientes pueden pagar sus recetas en línea de forma sencilla.

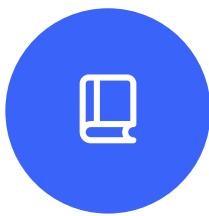
- **Antes de una solución de comercio:** los pacientes no saben a quién llamar primero (si al proveedor o a la farmacia) para determinar dónde están sus recetas y cómo pueden conseguirlas.
- **Con una solución de comercio:** es fácil para los pacientes volver a pedir medicamentos de consumo periódico desde su cuenta, guardar información sobre las recetas y recibir los medicamentos directamente en su domicilio.



Búsqueda optimizada.

En las organizaciones de atención médica de gran tamaño, no es sencillo para los pacientes buscar médicos, planes de salud u hospitales. Las soluciones de comercio con búsqueda inteligente ayudan a los pacientes a encontrar lo que necesitan.

- **Antes de una solución de comercio:** la información se encuentra en áreas dispares y poco atractivas de tu presencia en línea.
- **Con una solución de comercio:** elaboras experiencias en línea personalizadas y conectadas en todos los canales, y los pacientes pueden encontrar lo que necesitan más rápidamente, así como comprar planes de salud de forma segura.



Un enfoque personalizado para las clases.

Las clases presenciales y en línea son importantes para la personalización de las interacciones con clientes de atención médica. Las soluciones de comercio ayudan a facilitar la inscripción a clases o programas, la asistencia y la participación.

- **Antes de una solución de comercio:** los consumidores deben alternar de un canal a otro para encontrar la clase, asistir a ella y recibir atención posterior.
- **Con una solución de comercio:** activas tus datos de comercio, tu historial de pedidos y otras transacciones para proporcionar información personalizada sobre las clases. Por ejemplo, puedes enviar una notificación push con el horario de una clase prenatal a una paciente recién embarazada.



Mejor configuración de equipo médico.

Muchas veces, el equipo médico requiere una configuración compleja y diversas especificaciones. Las empresas que venden equipos médicos deben comprar suministros, dispositivos o equipo en nombre de clínicas, hospitales y pacientes para poder ensamblarlos en el sitio con facilidad.

- **Antes de una solución de comercio:** la complejidad de los procesos de configuración de los equipos es desafiante y frustrante, además de que consume mucho tiempo.
- **Con una solución de comercio:** los vendedores ofrecen mejores experiencias B2B y los proveedores cuentan con formas más seguras y eficientes de obtener equipos médicos.



Dispositivos portátiles aptos para HIPAA.

Los médicos en ocasiones recomiendan relojes inteligentes que monitorean datos como el número de pasos al caminar, las pulsaciones cardíacas o las calorías. Estos datos están sujetos a las normativas de HIPAA. De acuerdo con Software Advice, el [91% de los pacientes](#) están interesados en compartir datos de sus dispositivos personales de seguimiento con sus médicos.

- **Antes de una solución de comercio:** los proveedores no pueden enviar instrucciones personalizadas sobre el uso de estos dispositivos portátiles y mostrar el progreso de forma segura en el portal de pacientes. No hay suficiente información en línea disponible para que los clientes mejoren su experiencia con los dispositivos.
- **Con una solución de comercio:** los proveedores protegen los datos de sus clientes mediante herramientas preparadas para HIPAA cuando muestran el progreso de los pacientes y personalizan las instrucciones. Los clientes renuevan las suscripciones de sus dispositivos, compran funciones adicionales y más.

Cómo priorizar a los pacientes con datos propios.

Las organizaciones de atención médica reciben un gran flujo de datos a lo largo de todo el recorrido de los pacientes. Esta información, que los pacientes aceptan compartir, abarca desde transacciones hasta citas médicas y proviene de diversas fuentes. Las organizaciones deben ordenar estos datos para proporcionar una atención médica de calidad a los pacientes. Adobe Commerce permite que las organizaciones obtengan datos procesables y los conviertan en experiencias hechas a la medida de cada paciente, llevando la atención médica a un nivel digital.

Cuatro pasos para empezar a usar Adobe Commerce.

Adobe Commerce es una de las primeras soluciones de comercio compatibles con HIPAA que llega al mercado. Puede ayudarte a forjar relaciones significativas con los pacientes y clientes a lo largo de sus recorridos. Comienza a usarla con estos cuatro pasos:



Paso 1. Realiza una auditoría de puntos de contacto.

Evalúa cómo los pacientes y clientes potenciales interactúan con tus canales digitales y presenciales. Observa cómo los datos de esas interacciones se recopilan y utilizan en tu stack de marketing, y si ese stack está integrado con todas las herramientas que usa tu organización. ¿Se almacenan en silos, o los datos se envían libremente de una plataforma a otra y de un equipo a otro? Si no es así, es posible que debas inspeccionar más en detalle cómo unificarás tus datos propios y cómo conectarás las herramientas que usas para administrarlos.

Paso 2. Encuentra e integra la solución de comercio correcta para el sector médico.

Luego de identificar de dónde provienen los datos, debes determinar qué plataforma te ayudará con lo siguiente:

- Limitar los riesgos en el manejo de datos con capacidades compatibles con HIPAA.
- Conectarte con las demás soluciones que ya están en uso en tu organización.
- Reducir los costos de las integraciones.
- Avanzar con tu transformación digital.

Mientras buscas el respaldo necesario para implementar una solución, los responsables de la toma de decisiones querrán saber que no estarán en riesgo de infringir ningún requisito, que la solución nueva aportará más valor a la infraestructura existente y que la integración no será costosa. Adobe Commerce se integra con las soluciones de Adobe Experience Cloud para respaldar tu transformación digital y ponerte a la vanguardia sin dejar de proteger la privacidad.

Paso 3. Administra tus necesidades de comercio, contenido y marketing de forma integral.

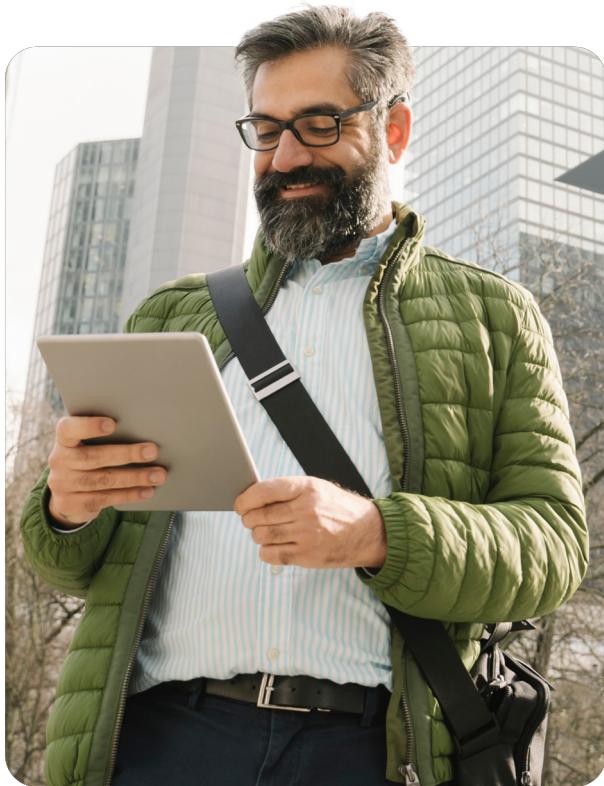
Adobe Commerce se integra con Adobe Experience Cloud y con muchas otras soluciones que no son de Adobe. Esto significa que puedes compartir tus datos y vincularlos con más sitios para mejorar las experiencias de tus pacientes y miembros. No es necesario que reúnas manualmente los datos de distintas herramientas solo para obtener una visión incompleta y poco útil del paciente.

Paso 4. Usa los datos de comercio de forma inteligente.

Con Adobe Commerce, es más fácil usar tus datos propios de forma estratégica. Cuando tus pacientes se inscriben en una clase o compran equipo médico de manera periódica, aceptan proporcionar información valiosa que puedes usar más adelante para interactuar con ellos. El uso de Adobe Commerce como mecanismo de recopilación de datos y enriquecimiento de experiencias te ayuda a forjar relaciones más sólidas con tus pacientes.

Ofrece las experiencias de atención médica que esperan tus consumidores.

Las funciones clave de Adobe Commerce, como las notificaciones personalizadas, la búsqueda con tecnología de IA y el comercio componible, ayudan a las organizaciones a brindar atención médica de conformidad con HIPAA y utilizar sus datos propios para interactuar con los pacientes de la forma en que ellos desean. Ahora puedes ofrecer valiosas experiencias de atención médica en línea y a la vez ayudar a tus pacientes a mejorar una parte invaluable de la experiencia humana: su salud y su bienestar.



[Más información](#)

Adobe

Adobe y el logotipo de Adobe son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en Estados Unidos y otros países.

© 2025 Adobe. Todos los derechos reservados.