



Septiembre

Monitor de uso de CRM en PYMEs Argentinas

Elaborado por: **FDS Comunicación**

Fecha del relevamiento: Agosto 2025

Tipo de encuesta: Cerrada - No estratificada

Partner autorizado



Objetivo del Estudio

En esta edición de Septiembre se buscó entender el nivel de adopción del CRM en las Pymes argentinas del sector de la construcción, un sector tradicionalmente heterogéneo (que incluye múltiples rubros) y altamente dinámico. También se relevaron los principales problemas que limitan una adopción generalizada de este sistema estratégico.

Resultados Relevantes

1 El principal *insight* obtenido del estudio lo constituye el hecho de que más del 80% de las Pymes no puede resolver eficientemente procesos comerciales clave como el seguimiento de oportunidades, reportes y análisis de ventas; y tareas automatizadas simples. A continuación el gráfico con los porcentajes de respuestas:

¿ Cuáles son hoy los principales desafíos que enfrentan hoy en la gestión de ventas ?

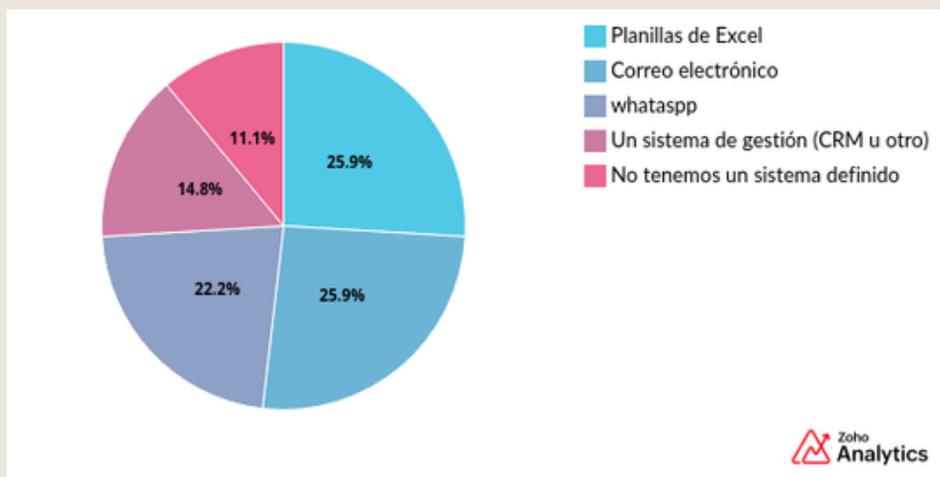
21 respuestas



La gran mayoría de las empresas también manifestó que no cuenta con un sistema centralizado de gestión comercial, más allá de que cuente con un CRM en uso. Esto es debido a que carecen de integraciones o el personal no tiene la capacitación necesaria para utilizar la aplicación sin depender de los otros medios como el whatsapp, las planillas de excel y el mail (no integrado) .

¿Cómo hacen actualmente el seguimiento de sus contactos comerciales y oportunidades de venta?

21 respuestas



Este gráfico señala que **sólo un 15% de las firmas** que respondieron el relevamiento **trabaja con el CRM en forma centralizada y única**. El 26 % utiliza en igual medida las planillas de excel y el correo electrónico. Muy seguidamente el canal whatsapp. Lo que implica muchas veces que las tareas se dupliquen y aumente la probabilidad de cometer errores por la multiplicidad de canales. La falta de trazabilidad de las comunicaciones con los clientes también conlleva un menor control en la organización.

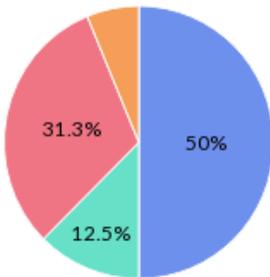
Otros resultados de interés

2

Más del 12 % de las empresas encuestadas evalúa cambiar de CRM. Muy probablemente la implementación no ha sido realizada con un abordaje profesional y estratégica. También la complejidad de usos y los costos son un factor preponderante. En futuros relevamientos se podrá indagar en mayor detalle estos temas.

Dimensión: Satisfacción y uso de CRM

3. ¿Utilizan actualmente algún CRM para gestionar las ventas?



■ Sí, y estoy conforme

■ Sí, pero estoy buscando otras opciones

■ No usamos ningún CRM, pero estamos evaluando incorporar uno

■ No usamos CRM y no lo necesitamos

Principales conclusiones

1. El **CRM** se presenta como una solución al alcance de las empresas pequeñas y medianas, pero conlleva una **planificación detallada** para que sea exitosa.
2. La multiplicidad de canales y recursos no integrados complejizan el proceso de ventas, y a la larga esto repercute en la **fidelización del cliente**.
3. La **auditoría de procesos** y un mapeo de las actividades pueden ser un aspecto clave a la hora de implantar una solución de gestión, que resulte en el mediano plazo en un **activo** para la organización.



Contacto para prensa y más información

Federico J. De Simón
Dirección – FDS Comunicación

✉ federico@fdscomunicacion.com

☎ +54 11 4198 0125

🌐 www.fdscomunicacion.com

Partner autorizado

