



Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

120

Panorama estadístico: Convergencia de tendencias y correlaciones de métricas del ecosistema de datos (cinco fuentes)



SOLIDUM 360
BUSINES CONSULTING

**Informe Técnico
05-IC**

**Informe complementario: Análisis estadístico
comparativo multifuente para
Experiencia del Cliente**

Editorial Solidum Producciones

Maracaibo, Zulia – Caracas, Dto. Cap. | Venezuela
Salt Lake City, UT – Memphis, TN | USA

Contacto: info@solidum360.com | www.solidum360.com



Consejo Editorial:

Liderazgo Estratégico y Calidad:

- Director estratégico editorial y desarrollo de contenidos: **Diomar G. Añez B.**
- Directora de investigación y calidad editorial: **G. Zulay Sánchez B.**

Innovación y Tecnología:

- Directora gráfica e innovación editorial: **Dimarys Y. Añez B.**
- Director de tecnologías editoriales y transformación digital: **Dimar J. Añez B.**

Logística contable y Administrativa:

- Coordinación administrativa: **Alejandro González R.**

Aviso Legal:

La información contenida en este informe técnico se proporciona estrictamente con fines académicos, de investigación y de difusión del conocimiento. No debe interpretarse como asesoramiento profesional de gestión, consultoría, financiero, legal, ni de ninguna otra índole. Los análisis, datos, metodologías y conclusiones presentados son el resultado de una investigación académica específica y no deben extrapolarse ni aplicarse directamente a situaciones empresariales o de toma de decisiones sin la debida consulta a profesionales cualificados en las áreas pertinentes.

Este informe y sus análisis se basan en datos obtenidos de fuentes públicas y de terceros (Google Trends, Google Books Ngram, Crossref.org, y encuestas de Bain & Company), cuya precisión y exhaustividad no pueden garantizarse por completo. Los autores declaran haber realizado esfuerzos razonables para asegurar la calidad y la fiabilidad de los datos y las metodologías empleadas, pero reconocen que existen limitaciones inherentes a cada fuente. Los resultados presentados son específicos para el período de tiempo analizado y para las herramientas gerenciales y fuentes de datos consideradas. No se garantiza que las tendencias, patrones o conclusiones observadas se mantengan en el futuro o sean aplicables a otros contextos o herramientas. Este informe ha sido generado con la asistencia de herramientas de IA mediante el uso de APIs, por lo cual, los autores reconocen que puede haber la introducción de sesgos involuntarios o limitaciones inherentes a estas tecnologías. Este informe y su código fuente en Python se publican en GitHub bajo una licencia MIT: Se permite la replicación, modificación y distribución del código y los datos, siempre que se cite adecuadamente la fuente original y se reconozca la autoría.

Ni los autores ni Solidum Producciones asumen responsabilidad alguna por: El uso indebido o la interpretación errónea de la información contenida en este informe; cualquier decisión o acción tomada por terceros basándose en los resultados de este informe; cualquier daño directo, indirecto, incidental, consecuente o especial que pueda derivarse del uso de este informe o de la información contenida en él; errores en la data de origen o cualquier sesgo que se genere de la interpretación de datos, por lo que el lector debe asumir la responsabilidad de la toma de decisiones propias. Se recomienda encarecidamente a los lectores que consulten con profesionales cualificados antes de tomar cualquier decisión basada en la información presentada en este informe. Este aviso legal se regirá e interpretará de acuerdo con las leyes que rigen la materia, y cualquier disputa que surja en relación con este informe se resolverá en los tribunales competentes de dicha jurisdicción.

Diomar G. Añez B. - Dimar J. Añez B.

**Informe Técnico
05-IC**

**Informe complementario: Análisis estadístico
comparativo multifuente para
Experiencia del Cliente**

*Panorama estadístico: Convergencia de tendencias y
correlaciones de métricas del ecosistema de datos
(cinco fuentes)*



Solidum Producciones
Maracaibo | Caracas | Salt Lake City | Memphis
2025

Título del Informe:

Informe Técnico 05-IC: Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Experiencia del Cliente**.

- *Informe 120 de 138 de la Serie sobre Herramientas Gerenciales.*

Autores:

Dimar G. Añez B. (<https://orcid.org/0000-0002-7825-5078>)
Dimar J. Añez B. (<https://orcid.org/0000-0001-5386-2689>)

Primera edición:

Marzo de 2025

© 2025, Ediciones Solidum Producciones

© 2025, Dimar G. Añez B., y Dimar J. Añez B.

Diagramación y Diseño de Portada: Dimarys Añez.

Al utilizar, citar o distribuir este trabajo, se debe incluir la siguiente atribución:

Cómo citar este libro (APA 7^a edic.):

Añez, D. & Añez D., (2025). *Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para Experiencia del Cliente. Informe 05-IC (120/138). Serie de Informes Técnicos sobre Herramientas Gerenciales.* Solidum Producciones. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15339324>

Recursos abiertos de la investigación

Para la validación independiente y metodológica, los recursos primarios de esta investigación se encuentran disponibles en:

Conjunto de Datos: Depositado en el repositorio **HARVARD DATaverse** para consulta, preservación a largo plazo y acceso público.



<https://dataverse.harvard.edu/dataverse/management-fads>

Código Fuente (Python): Disponible en el repositorio **GITHUB** para fines de revisión, reproducibilidad y reutilización.



<https://github.com/Wise-Connex/Management-Tools-Analysis/tree/main/Informes>

AVISO DE COPYRIGHT Y LICENCIA

Este informe técnico se publica bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0) que permite a otros distribuir, remezclar, adaptar y construir a partir de este trabajo, siempre que no sea para fines comerciales y se otorgue el crédito apropiado a los autores originales. Para ver una copia completa de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.es> o envíe una carta a Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Si perjuicio de los términos completos de la licencia CC BY-NC 4.0, se proporciona ejemplos aclaratorios que no son una enumeración exhaustiva de todos los usos permitidos y no permitidos: 1) Está permitido (con la debida atribución): (1.a) Compartir el informe en repositorios académicos, sitios web personales, redes sociales y otras plataformas no comerciales. (1.b) Usar extractos o partes del informe en presentaciones académicas, clases, talleres y conferencias sin fines de lucro. (1.c) Crear obras derivadas (como traducciones, resúmenes, análisis extendidos, visualizaciones de datos, etc.) siempre y cuando estas obras derivadas no se vendan ni se utilicen para obtener ganancias. (1.d) Incluir el informe (o partes de él) en una antología, compilación académica o material educativo sin fines de lucro. (1.e) Utilizar el informe como base para investigaciones académicas adicionales, siempre que se cite adecuadamente. 2) No está permitido (sin permiso explícito y por escrito de los autores): (2.a) Vender el informe (en formato digital o impreso). (2.b) Usar el informe (o partes de él) en un curso, taller o programa de capacitación con fines de lucro. (2.c) Incluir el informe (o partes de él) en un libro, revista, sitio web u otra publicación comercial. (2.d) Crear una obra derivada (por ejemplo, una herramienta de software, una aplicación, un servicio de consultoría, etc.) basada en este informe y venderla u obtener ganancias de ella. (2.e) Utilizar el informe para consultoría remunerada sin la debida atribución y sin el permiso explícito de los autores. La atribución por sí sola no es suficiente en un contexto comercial. (2.f) Usar el informe de manera que implique un respaldo o asociación con los autores o la institución de origen sin un acuerdo previo.

Tabla de Contenido

Marco conceptual y metodológico	7
Alcances metodológicos del análisis	16
Base de datos analizada en el informe técnico	31
Grupo de herramientas analizadas: informe técnico	34
Parametrización para el análisis y extracción de datos	37
Resumen Ejecutivo	40
Análisis Temporal Comparativo	42
Análisis De Correlación Y Regresión Inter-fuentes	62
Análisis De Componentes Principales	74
Conclusiones	83
Gráficos	89
Datos	114

MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO

Contexto de la investigación

La serie “*Informes sobre Herramientas Gerenciales*” está estructurado por 138 documentos técnicos que buscan ofrecer un análisis bibliométrico y estadístico de datos longitudinales sobre el comportamiento y evolución de una selección de 23 grupos de herramientas gerenciales desde la perspectiva de 5 bases de datos diferentes (Google Trends, Google Books Ngram, Crossref.org, encuestas sobre usabilidad y satisfacción de Bain & Company) en el contexto de una investigación de IV Nivel¹ sobre la “*Dicotomía ontológica en las «modas gerenciales»: Un enfoque proto-meta-sistémico desde las antinomias ingénitas del ecosistema transorganizacional*”, llevada a cabo por Diomar Añez, como parte de sus estudios doctorales en Ciencias Gerenciales en la Universidad Latinoamericana y del Caribe (ULAC).

En este contexto, el presente estudio se inscribe en el debate académico sobre la naturaleza y dinámica de las denominadas «modas gerenciales» que se conceptualizan, *prima facie*, como innovaciones de carácter tecnológico-administrativo –que se manifiestan en forma de herramientas, técnicas, tendencias, filosofías, principios o enfoques gerenciales o de gestión²– y que exhiben potenciales patrones de adopción y declive aparentemente cílicos en el ámbito organizacional. No obstante, la mera existencia de estos patrones cílicos, así como su interpretación como “modas”, son objeto de controversia. La investigación doctoral que enmarca esta serie de informes propone trascender la mera descripción fenomenológica de estos ciclos, para indagar en sus fundamentos causales; por lo cual, se exploran dimensiones onto-antropológicas y microeconómicas que podrían subyacer a la emergencia, difusión y eventual obsolescencia (o persistencia) de estas innovaciones³. Es decir, se parte de la premisa de que las organizaciones contemporáneas se caracterizan por tensiones inherentes y constitutivas, antinomias

¹ En el contexto latinoamericano, se considera un nivel equivalente a la formación de posgrado avanzada, similar al nivel de Doctor que corresponde al nivel 4 del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES), y que se alinea con el nivel 8 del Marco Europeo de Cualificaciones (EQF). En el sistema norteamericano, se asocia con el grado de Ph.D. (Doctor of Philosophy), que implica una formación rigurosa en investigación. Es decir, los estudios doctorales se asocian con competencias avanzadas en investigación y una especialización profunda en un área de conocimiento.

² Cfr. Añez Barrios, D. G. (2023). *El laberinto de las modas gerenciales: ¿ventaja trivial o cambio forzado en empresas disruptivas?* CIID Journal, 4(1), 1-21. <https://scispace.com/pdf/el-laberinto-de-las-modas-gerenciales-ventaja-trivial-o-2hewu3i.pdf>

³ Cfr. Añez Barrios, D. G. (2023). *¿Racionalidad o subjetividad en las modas gerenciales?: una dicotomía microeconómica compleja.* CIID Journal, 4(1), 125-149. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9662429>

entre, v. gr., la necesidad de estabilidad y la exigencia de innovación, o entre la continuidad de las prácticas establecidas y la disruptión generada por nuevas tecnologías y modelos de gestión.

Dado lo anterior, se postula que la perdurabilidad –o, por el contrario, la efímera popularidad– de una herramienta gerencial podría no depender exclusivamente de su eficacia intrínseca (medida en términos de resultados objetivos), sino adicionalmente de su potencial capacidad para mediar en estas tensiones organizacionales. Siendo así, ¿una herramienta que mitigue las antinomias inherentes a la organización podría tener una mayor probabilidad de adopción sostenida, mientras que una herramienta que las exacerbe podría ser percibida como una “moda pasajera”? Ahora bien, antes de poder abordar esta temática, es imprescindible establecer si, efectivamente, existe un patrón identificable que rija el comportamiento en la adopción y uso de herramientas gerenciales que lleve a su similitud con una “moda”; es decir, se requiere evidencia que sustente (o refute) la premisa *a priori* de que estas herramientas presentan “ciclos de auge y declive”. Por tanto, para abordar esta cuestión preliminar, se hace necesario llevar a cabo este análisis para detectar si existen patrones sistemáticos que justifiquen la caracterización de estas herramientas como “modas”; y profundizar sobre la existencia de otros mecanismos causales subyacentes.

Para abordar esta temática con plena pertinencia, resulta metodológicamente imperativo establecer que el propósito primordial de estos informes es detectar y caracterizar patrones sistemáticos en las fuentes de datos disponibles, para determinar si existe una base empírica que valide, matice o refute la caracterización de estas herramientas como «modas» en términos de su difusión y adopción, o si, por el contrario, su trayectoria se ajusta a otros modelos de comportamiento; por tanto, constituyen una fase exploratoria y descriptiva de naturaleza cuantitativa previa a la teorización, a fin de establecer la existencia, magnitud y forma del fenómeno a estudiar. Por tanto, los informes no buscan explicar causalmente estos patrones, sino documentarlos de manera precisa y sistemática y, por consiguiente, constituyen un aporte original e independiente al campo de la investigación de las ciencias gerenciales y de la gestión, proporcionando una base de datos y análisis cuantitativos sin precedentes en cuanto a su alcance y detalle.

La investigación doctoral, en contraste, adopta una aproximación metodológica eminentemente cualitativa, con el propósito de explorar en profundidad las perspectivas, motivaciones e intereses involucrados en la adopción y el uso de estas herramientas. Se busca así trascender la mera descripción cuantitativa de los patrones de auge y declive, para indagar en los mecanismos causales y procesos sociales subyacentes; partiendo de la premisa de que las «modas gerenciales» no son fenómenos aleatorios o irracionales, sino que responden a una compleja interrelación de factores contextuales,

organizacionales y cognitivos que, al converger, determinan la perdurabilidad (o el abandono) de una herramienta, más allá de su sola eficacia organizacional intrínseca o percibida. En última instancia, se busca comprender cómo las circunstancias contextuales, las estructuras de poder, las redes sociales y los procesos de legitimación dan forma a la percepción del valor y la utilidad de las herramientas gerenciales, modulando su trayectoria y determinando si se consolidan como prácticas establecidas o se desvanecen como modas pasajeras, y explorando cómo las antinomias organizacionales influyen en este proceso. Independientemente de los patrones específicos observados en los datos cuantitativos, la tesis explorará las tensiones organizacionales, los factores culturales y las dinámicas de poder que podrían influir en la adopción y el abandono de herramientas gerenciales.

Nota relevante: Si bien los informes técnicos y la tesis doctoral abordan la misma temática general, es necesario aclarar que lo hacen desde perspectivas metodológicas muy distintas pero complementarias. Los informes proporcionan una base empírica cuantitativa, mientras que la tesis ofrece una interpretación cualitativa y una profundización teórica. *Los informes técnicos, por lo tanto, sirven como punto de partida empírico, proporcionando un contexto cuantitativo y un anclaje descriptivo para la posterior investigación cualitativa, pero no predeterminan ni condicionan las conclusiones de la tesis doctoral.* Ambos componentes son esenciales para una comprensión holística del fenómeno de las modas gerenciales, y su combinación dialéctica representa una contribución original y significativa al campo de la investigación en gestión. *La tesis se apoya en los informes, pero los trasciende y los contextualiza, sin que sus hallazgos sean vinculantes para el desarrollo de la misma.*

Objetivo de la serie de informes

El objetivo central de esta serie de informes técnicos es proporcionar una base empírica para el análisis del fenómeno de las innovaciones tecnológicas administrativas (herramientas gerenciales), de las que se dicen exhiben un comportamiento similar al fenómeno de las modas. A través de un enfoque cuantitativo y el análisis de datos provenientes de múltiples fuentes, se examina el comportamiento de 23 grupos de herramientas de gestión (cada uno potencialmente compuesto por una o más herramientas específicas). Los informes buscan identificar tendencias, patrones cíclicos, y la posible influencia de factores contextuales en la adopción y percepción de este grupo de herramientas para proporcionar un análisis particular, permitiendo una comprensión profunda de su evolución y uso desde bases de datos distintas.

Sobre los autores y contribuciones

Este informe es producto de una colaboración interdisciplinaria que integra la experticia en las ciencias sociales y la ingeniería de software:

Diomar Añez: Investigador principal. Su formación multidisciplinaria (Estudios base en Filosofía, Comunicación Social, con posgrados en Valoración de Empresas, Planificación Financiera y Economía), y su formación doctoral en Ciencias Gerenciales; junto con más de 25 años de experiencia en consultoría organizacional en diversos sectores: aporta el rigor conceptual y académico. Es responsable del marco teórico, la selección de las herramientas gerenciales, y la significación de los datos, con un enfoque en los lineamientos para la trama interpretativa de los resultados, centrándose en la comprensión de las dinámicas subyacentes a la adopción y el abandono de las herramientas gerenciales en moda.

Dimar Añez: Programador en Python. Con formación en Ingeniería en Computación y Electrónica, y una vasta experiencia en análisis de datos, desarrollo de *software*, y con experticia en *machine learning*, ciencia de datos y *big data*. Ha liderado múltiples proyectos para el diseño e implementación de soluciones de sistemas, incluyendo análisis estadísticos en Python. Gestionó la extracción automatizada de datos, realizó su preprocesamiento y limpieza, aplicó las técnicas de modelado estadístico, y desarrolló las visualizaciones de resultados, garantizando la precisión, confiabilidad y escalabilidad del análisis.

Estructura de los Informes

La serie completa consta de 138 informes. Cada uno se centra en el análisis de un grupo de herramientas utilizando una única fuente de datos para cada informe. Los 23 grupos de herramientas que se han establecido, se describen a continuación:

#	GRUPO DE HERRAMIENTAS	DESCRIPCIÓN CONCISA	HERRAMIENTAS INTEGRADAS
1	REINGENIERÍA DE PROCESOS	Rediseño radical de procesos para mejoras drásticas en rendimiento, optimizando y transformando procesos existentes.	Reengineering, Business Process Reengineering (BPR)
2	GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO	Coordinación y optimización de flujos de bienes, información y recursos desde el proveedor hasta el cliente final.	Supply Chain Integration, Supply Chain Management (SCM)
3	PLANIFICACIÓN DE ESCENARIOS	Creación de modelos de futuros alternativos para apoyar la toma de decisiones estratégicas y desarrollar planes de contingencia.	Scenario Planning, Scenario and Contingency Planning, Scenario Analysis and Contingency Planning
4	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	Proceso sistemático para definir la dirección y objetivos a largo plazo, estableciendo una visión clara y estrategias para alcanzar metas.	Strategic Planning, Dynamic Strategic Planning and Budgeting
5	EXPERIENCIA DEL CLIENTE	Gestión de interacciones con clientes para mejorar satisfacción y lealtad, creando experiencias positivas.	Customer Satisfaction Surveys, Customer Relationship Management (CRM), Customer Experience Management
6	CALIDAD TOTAL	Enfoque de gestión centrado en la mejora continua y satisfacción del cliente, integrando la calidad en todos los aspectos organizacionales.	Total Quality Management (TQM)
7	PROPÓSITO Y VISIÓN	Definición de la razón de ser y aspiración futura de la organización, proporcionando una dirección clara.	Purpose, Mission, and Vision Statements

#	GRUPO DE HERRAMIENTAS	DESCRIPCIÓN CONCISA	HERRAMIENTAS INTEGRADAS
8	BENCHMARKING	Proceso de comparación de prácticas propias con las mejores organizaciones para identificar áreas de mejora.	Benchmarking
9	COMPETENCIAS CENTRALES	Capacidades únicas que otorgan ventaja competitiva.	Core Competencies
10	CUADRO DE MANDO INTEGRAL	Sistema de gestión estratégica que mide el desempeño desde múltiples perspectivas (financiera, clientes, procesos internos, aprendizaje y crecimiento).	Balanced Scorecard
11	ALIANZAS Y CAPITAL DE RIESGO	Mecanismos de colaboración y financiación para impulsar el crecimiento e innovación.	Strategic Alliances, Corporate Venture Capital
12	OUTSOURCING	Contratación de terceros para funciones no centrales.	Outsourcing
13	SEGMENTACIÓN DE CLIENTES	División del mercado en grupos homogéneos para adaptar estrategias de marketing.	Customer Segmentation
14	FUSIONES Y ADQUISICIONES	Combinación de empresas para lograr sinergias y crecimiento.	Mergers and Acquisitions (M&A)
15	GESTIÓN DE COSTOS	Control y optimización de costos en la cadena de valor.	Activity Based Costing (ABC), Activity Based Management (ABM)
16	PRESUPUESTO BASE CERO	Metodología de presupuestación que justifica cada gasto desde cero.	Zero-Based Budgeting (ZBB)
17	ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	Planes y acciones para expandir el negocio y aumentar la cuota de mercado.	Growth Strategies, Growth Strategy Tools
18	GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	Proceso de creación, almacenamiento, difusión y aplicación del conocimiento organizacional.	Knowledge Management
19	GESTIÓN DEL CAMBIO	Proceso para facilitar la adaptación a cambios organizacionales.	Change Management Programs
20	OPTIMIZACIÓN DE PRECIOS	Uso de modelos y análisis para fijar precios que maximicen ingresos o beneficios.	Price Optimization Models
21	LEALTAD DEL CLIENTE	Estrategias para fomentar la retención y fidelización de clientes.	Loyalty Management, Loyalty Management Tools
22	INNOVACIÓN COLABORATIVA	Enfoque que involucra a múltiples actores (internos y externos) en el proceso de innovación.	Open-Market Innovation, Collaborative Innovation, Open Innovation, Design Thinking
23	TALENTO Y COMPROMISO	Gestión para atraer, desarrollar y retener a los mejores empleados.	Corporate Code of Ethics, Employee Engagement Surveys, Employee Engagement Systems

Fuentes de datos y sus características

Se utilizan cinco fuentes de datos principales, cada una con sus propias características, fortalezas y limitaciones:

- **Google Trends (Indicador de atención mediática):** Como plataforma de análisis de tendencias de búsqueda, proporciona datos en tiempo real (o con mínima latencia) sobre la frecuencia relativa con la que los usuarios consultan términos específicos. Este índice de frecuencia de búsqueda actúa como un proxy de la atención mediática y la curiosidad pública en torno a una herramienta de gestión determinada. Un incremento abrupto en el volumen de búsqueda puede señalar la emergencia de una moda gerencial, mientras que una tendencia sostenida a lo largo del tiempo sugiere una mayor consolidación. No obstante,

es crucial reconocer que Google Trends no discrimina entre las diversas intenciones de búsqueda (informativa, académica, transaccional, etc.), lo que introduce un posible sesgo en la interpretación de los datos. Los datos de Google Trends se utilizan como un indicador de la atención pública y el interés mediático en las herramientas gerenciales a lo largo del tiempo.

- **Google Books Ngram (Corpus lingüístico diacrónico):** Ofrece acceso a un compuesto por la digitalización de millones de libros, lo que permite cuantificar la frecuencia de aparición de un término específico a lo largo de extensos períodos. Un incremento gradual y sostenido en la frecuencia de un término sugiere su progresiva incorporación al discurso académico y profesional. Fluctuaciones (picos y valles) pueden reflejar períodos de debate, controversia o resurgimiento de interés. Para la interpretación de los datos de *Ngram Viewer* debe considerarse las limitaciones inherentes al corpus (v. g., sesgos de idioma, género literario, disciplina, etc.) así como la ausencia de contexto de uso del término. Los datos de *Ngram Viewer* se utilizan para analizar la presencia y evolución de los términos relacionados con las herramientas gerenciales en la literatura publicada.
- **Crossref.org (Repositorio de metadatos académicos):** Constituye un repositorio exhaustivo de metadatos de publicaciones (artículos, libros, actas de congresos, etc.); cuyos datos permiten evaluar la adopción, difusión y citación de un concepto dentro de la literatura científica revisada por pares. Un incremento sostenido en el número de publicaciones y citas asociadas a una herramienta de gestión sugiere una creciente legitimidad académica y una consolidación teórica. La diversidad de autores, afiliaciones institucionales y revistas indexadas puede indicar la amplitud de la adopción del concepto. Sin embargo, es importante reconocer que Crossref no captura el contenido completo de las publicaciones, ni mide directamente su impacto o calidad intrínseca. Los datos de Crossref se utilizan para evaluar la producción académica y la legitimidad científica de las herramientas gerenciales.
- **Bain & Company - Usabilidad (Penetración de mercado):** Se trata de un indicador basado en encuestas a ejecutivos y gerentes, que proporciona una medida cuantitativa de la penetración de mercado de una herramienta de gestión específica. Este indicador refleja el porcentaje de organizaciones que reportan haber adoptado la herramienta en su práctica empresarial. Una alta usabilidad sugiere una amplia adopción, mientras que una baja usabilidad indica una penetración limitada. No obstante, es crucial reconocer que este indicador no captura la profundidad, intensidad o efectividad de la implementación de la herramienta dentro de cada organización. El porcentaje de usabilidad se utiliza como una medida de la adopción declarada de las herramientas gerenciales en el ámbito empresarial.
- **Bain & Company - Satisfacción (Valor percibido):** Este índice también basado en encuestas a ejecutivos y gerentes, mide el valor percibido de una herramienta de gestión desde la perspectiva de los usuarios. Generalmente expresado en una escala numérica, refleja el grado de satisfacción que expresan los usuarios sobre el uso de la herramienta, considerando su utilidad, facilidad de uso y cumplimiento de expectativas. Una alta puntuación sugiere una experiencia de usuario positiva y una percepción de valor elevada. Sin

embargo, es fundamental reconocer la naturaleza subjetiva de este indicador y su potencial sensibilidad a factores contextuales y expectativas individuales. La combinación de la usabilidad y la satisfacción dan un panorama de adopción. El índice de satisfacción se utiliza como una medida de la percepción subjetiva del valor y la experiencia del usuario con las herramientas gerenciales.

Entorno tecnológico y software utilizado

La presente investigación se apoya en un conjunto de herramientas de software de código abierto, seleccionadas por su robustez, flexibilidad y capacidad para realizar análisis estadísticos avanzados y visualización de datos. El entorno tecnológico principal se basa en el lenguaje de programación Python (versión 3.11), junto con una serie de bibliotecas especializadas. A continuación, se detallan los componentes clave:

- *Python (== 3.11)⁴*: Lenguaje de programación principal, elegido por su versatilidad, amplia adopción en la comunidad científica y disponibilidad de bibliotecas especializadas en análisis de datos. Se utilizó un entorno virtual de Python (venv) para gestionar las dependencias del proyecto y asegurar la consistencia entre diferentes entornos de ejecución.
- *Bibliotecas de Análisis de Datos*:
- *Bibliotecas principales de Análisis Estadístico*
 - *NumPy (numpy==1.26.4)*: Paquete de computación científica, proporciona objetos de arreglos N-dimensionales, álgebra lineal, transformadas de Fourier y capacidades de números aleatorios.
 - *Pandas (pandas==2.2.3)*: Biblioteca para manipulación y análisis de datos, ofrece objetos *DataFrame* para manejo eficiente de datos, lectura/escritura de diversos formatos y funciones de limpieza, transformación y agregación.
 - *SciPy (scipy==1.15.2)*: Biblioteca avanzada de computación científica, incluye módulos para optimización, álgebra lineal, integración, interpolación, procesamiento de señales y más.
 - *Statsmodels (statsmodels==0.14.4)*: Paquete de modelado estadístico, proporciona clases y funciones para estimar modelos estadísticos, pruebas estadísticas y análisis de series temporales.
 - *Scikit-learn (scikit-learn==1.6.1)*: Biblioteca de *machine learning*, ofrece herramientas para preprocessamiento de datos, reducción de dimensionalidad, algoritmos de clasificación, regresión, *clustering* y evaluación de modelos.
- *Análisis de series temporales*
 - *Pmdarima (pmdarima==2.0.4)*: Implementación de modelos ARIMA, incluye selección automática de parámetros (*auto_arima*) para pronósticos y análisis de series temporales.

⁴ El símbolo “==” refiere a la versión exacta de una biblioteca o paquete de software, generalmente en el ámbito de la programación en Python cuando se trabaja con herramientas de gestión de dependencias como pip o requirements.txt para asegurar que no se instalará una versión más reciente que podría introducir cambios o errores inesperados. Otros símbolos en este contexto: (i) “>=” (mayor o igual que): permite versiones iguales o superiores a la indicada. (ii) “<=” (menor o igual que): permite versiones iguales o inferiores. (iv) “!=” (diferente de): Excluye una versión específica.

— *Bibliotecas de visualización*

- *Matplotlib* (*matplotlib==3.10.0*): Biblioteca integral para gráficos 2D, crea figuras de calidad para publicaciones y es la base para muchas otras bibliotecas de visualización.
- *Seaborn* (*seaborn==0.13.2*): Basada en matplotlib, ofrece una interfaz de alto nivel para crear gráficos estadísticos atractivos e informativos.
- *Altair* (*altair==5.5.0*): Basada en Vega y Vega-Lite, diseñada para análisis exploratorio de datos con una sintaxis declarativa.

— *Generación de reportes*

- *FPDF* (*fpdf==1.7.2*): Generación de documentos PDF, útil para crear reportes estadísticos.
- *ReportLab* (*reportlab==4.3.1*): Mejor que FPDF, soporta diseños y gráficos complejos (PDF).
- *WeasyPrint* (*weasyprint==64.1*): Convierte HTML/CSS a PDF, útil para crear reportes a partir de plantillas HTML.

— *Integración de IA y Machine Learning*

- *Google Generative AI* (*google-generativeai==0.8.4*): Cliente API de IA generativa de Google, para procesamiento de lenguaje natural de resultados estadísticos y generación de *insights*.

— *Soporte para procesamiento de datos*

- *Beautiful Soup* (*beautifulsoup4==4.13.3*): Parseo de HTML y XML, útil para web *scraping* de datos para análisis.
- *Requests* (*requests==2.32.3*): Biblioteca HTTP para realizar llamadas a APIs y obtener datos.

— *Desarrollo y pruebas*

- *Pytest* (*pytest==8.3.4, pytest-cov==6.0.0*): Framework de pruebas que asegura el correcto funcionamiento de las funciones estadísticas.
- *Flake8* (*flake8==7.1.2*): Herramienta de *linting* de código para mantener la calidad del código.

— *Bibliotecas de Utilidad*

- *Tqdm* (*tqdm==4.67.1*): Biblioteca de barras de progreso (cálculos estadísticos de larga duración).
- *Python-dotenv* (*python-dotenv==1.0.1*): Gestión de variables de entorno, útil para configuración.

— *Clasificación por función estadística*

- *Estadística descriptiva*: NumPy, pandas, SciPy, statsmodels
- *Estadística inferencial*: SciPy, statsmodels
- *Análisis de series temporales*: statsmodels, pmdarima, pandas
- *Machine learning*: scikit-learn
- *Visualización*: Matplotlib, Seaborn, Plotly, Altair
- *Generación de reportes*: FPDF, ReportLab, WeasyPrint

— *Replicabilidad*: El *pipeline* completo de análisis de esta investigación, desde la ingestión de datos crudos hasta la generación de visualizaciones finales, ha sido implementado en Python y disponible en GitHub:

<https://github.com/Wise-Connex/Management-Tools-Analysis/>. Este repositorio encapsula todos los *scripts* empleados, junto con un «requirements.txt» para la replicación del entorno virtual (*venv/conda*), con instrucciones en el «README.md» para el *setup* y la ejecución del *workflow*, y la configuración de *linters* para asegurar la calidad y consistencia del código. Se ha priorizado la modularidad y la parametrización de los *scripts* para facilitar su mantenimiento y extensión. Esta apertura total del «codebase» garantiza la transparencia del proceso computacional y la replicabilidad *bit-a-bit* de los resultados, para que la comunidad de desarrolladores y científicos de datos puedan realizar *forks*, proponer *pull requests* con mejoras o adaptaciones, y desarrollar investigaciones o aplicaciones derivadas.

- *Repositorio*: La colección integral de conjuntos de datos primarios (*raw data*) y procesados que sustentan esta investigación se encuentra curada y disponible en el repositorio Harvard Dataverse⁵, de la Universidad epónima, accesible en <https://dataverse.harvard.edu/dataverse/management-fads>, y estructurado en tres *sub-Dataverses*: uno con los extractos de datos en su forma original (*mgmt_raw_data*), otro para los índices comparativos normalizados y/o estandarizados (*mgmt_normalized_indices*), y uno para los metadatos bibliográficos detallados recuperados de Crossref (*mgmt_crossref_metadata*). En cada *sub-Dataverse*, los datos de las 23 herramientas se organizan en *Datasets* individuales. Los datos cuantitativos se proporcionan en formato CSV y los metadatos bibliográficos en formato JSON estructurado, y encapsulados en archivos comprimidos. Cada *Dataset* está acompañado de metadatos exhaustivos, conformes con el esquema Dublin Core⁶, que describen la procedencia, la estructura de los datos, las metodologías de procesamiento aplicadas e información contextual para su interpretación y reutilización. El control de versiones y la asignación de *Identificadores de Objeto Digital (DOI)*, asegura la trazabilidad y reproducibilidad de los hallazgos de la investigación, diseñada para potenciar la confiabilidad de las conclusiones presentadas y facilitar la reutilización crítica, la replicación y la integración de estos datos en futuras investigaciones promoviendo así el desarrollo del conocimiento en las ciencias gerenciales.
- *Justificación de la elección tecnológica*: La elección del conjunto de códigos y bibliotecas se basa en:
 - *Código abierto y comunidad activa*: Python y las bibliotecas son de código abierto, con comunidades de usuarios y desarrolladores activas, lo que garantiza soporte, actualizaciones y transparencia.
 - *Flexibilidad y extensibilidad*: Python permite adaptar y extender las funcionalidades existentes, así como integrar nuevas herramientas según sea necesario.
 - *Rigor científico*: Las bibliotecas utilizadas implementan métodos estadísticos confiables y ampliamente aceptados en la comunidad científica.
 - *Reproducibilidad*: La disponibilidad del código fuente y la descripción detallada de la metodología garantizan la reproducibilidad de los análisis.

⁵ Su gestión se lleva a cabo mediante una colaboración entre la *Biblioteca de Harvard*, el *Departamento de Tecnología de la Información de la Universidad de Harvard (HUIT)* y el *Instituto de Ciencias Sociales Cuantitativas (IQSS) de Harvard*. El repositorio forma parte del Proyecto Dataverse.

⁶ Se trata de un estándar de metadatos definido por la *Dublin Core Metadata Initiative (DCMI)* (<http://purl.org/dc/terms/>), que combina elementos simples (15 propiedades originales, ISO 15836-1) y calificados (propiedades y clases avanzadas, ISO 15836-2) para optimizar la descripción semántica de recursos, garantizando interoperabilidad con estándares globales y cumplimiento con los principios FAIR (Encontrable, Accesible, Interoperable, Reutilizable) para facilitar la persistencia de citas, el descubrimiento en múltiples plataformas y la inclusión en índices de citas de datos, apoyando la gestión de datos de investigación en entornos de ciencia abierta.

ALCANCES METODOLÓGICOS DEL ANÁLISIS

Procedimientos de análisis

El presente informe se sustenta en un sistema de análisis estadístico modular replicable, implementado en el lenguaje de programación Python, aprovechando su flexibilidad, extensibilidad y la disponibilidad de bibliotecas especializadas en análisis de datos y modelado estadístico. Se trata de un sistema, diseñado *ex profeso* para este estudio, que automatiza los procesos de extracción, preprocesamiento, transformación, análisis (modelos ARIMA, descomposición de Fourier) y visualización de datos provenientes de cinco fuentes heterogéneas identificadas previamente para caracterizar la existencia o prevalencia de modelos de patrones temporales, tendencias, ciclos y posibles relaciones en el comportamiento de las herramientas gerenciales, con el fin último de discriminar entre comportamientos efímeros (“modas”) y estructurales (“doctrinas”) mediante criterios cuantitativos.

1. Extracción, preprocesamiento y armonización de datos:

Se implementaron rutinas *ad hoc* para la extracción automatizada de datos de cada fuente, utilizando técnicas de *web scraping* (para Google Trends y Google Books Ngram), interfaces de programación de aplicaciones (APIs) (para Crossref.org) y la importación y procesamiento de datos proporcionados en formatos estructurados (basado en las investigaciones publicadas) (en el caso de *Bain & Company*) donde, adicionalmente, los datos de “Satisfacción” fueron estandarizados mediante *Z-scores* para facilitar su análisis.

Los datos en bruto fueron sometidos a un proceso de preprocesamiento, que incluyó:

- *Transformación*: Normalización y estandarización de variables (cuando fue necesario para la aplicación de técnicas estadísticas específicas), conversión de formatos de fecha y hora, y creación de variables derivadas (v.gr., tasas de crecimiento, diferencias, promedios móviles).
- *Validación*: Verificación de la consistencia y coherencia de los datos, así como de la integridad de los metadatos asociados.
- *Armonización temporal*: Debido a la heterogeneidad en la granularidad temporal de las fuentes de datos, se implementó un proceso de armonización para obtener una base de datos temporalmente consistente.
 - La interpolación se realizó con el objetivo de armonizar la granularidad temporal de las diferentes fuentes de datos, permitiendo la identificación de posibles relaciones y desfases temporales entre las variables. Se reconoce que la interpolación introduce un grado de estimación en los datos, y

que la extrapolación implica un grado de predicción, y que los valores resultantes no son observaciones directas. Se recomienda por ello interpretar los resultados derivados de datos interpolados/extrapolados con cautela, especialmente en los análisis de alta frecuencia (como el análisis estacional).

- Un requisito fundamental para el análisis longitudinal y modelado econométrico subsiguiente fue la armonización de las distintas series temporales a una granularidad mensual uniforme. El objetivo de esta armonización fue crear una base de datos con una granularidad temporal común (mensual) que permitiera la potencial comparación directa y análisis conjunto de las series temporales provenientes de las diferentes fuentes (en la Tesis Doctoral). Dado que los datos originales provenían de fuentes diversas con frecuencias de reporte heterogéneas, se implementó un protocolo de preprocesamiento específico para cada fuente. Este proceso incluyó:
 - **Google Trends:** Se utilizaron los datos recuperados directamente de la plataforma *Google Trends* para el intervalo temporal comprendido entre enero de 2004 y febrero de 2025, basados en los términos de búsquedas predefinidos.
 - Dada la extensión plurianual de este período, *Google Trends* inherentemente agrega y proporciona los datos con una granularidad mensual. No se realiza ninguna agregación temporal o cálculo de promedios a posteriori; y la serie de tiempo mensual es la resolución nativa ofrecida por la plataforma para rangos de esta magnitud. La métrica obtenida es el Índice de Interés de Búsqueda Relativo (*Relative Search Interest - RSI*). Este índice no cuantifica el volumen absoluto de búsquedas, sino que mide la popularidad de un término de búsqueda específico en una región y período determinados, en relación consigo mismo a lo largo de ese mismo período y región.
 - La normalización de este índice la realiza *Google Trends* estableciendo el punto de máxima popularidad (el pico de interés de búsqueda) para el término dentro del período consultado (enero 2004 - febrero 2025) como el valor base de 100. Todos los demás valores mensuales del índice se calculan y expresan de forma proporcional a este punto máximo.
 - Es fundamental interpretar estos datos como un indicador de la prominencia o notoriedad relativa de un tema en el buscador a lo largo del tiempo, y no como una medida de volumen absoluto o cuota de mercado de búsquedas. Los datos se derivan de un muestreo anónimo y agregado del total de búsquedas realizadas en Google.

- **Google Books Ngram:** Se utilizaron datos extraídos del *corpus* de *Google Books Ngram Viewer*, correspondientes a la frecuencia de aparición de términos (n-gramas) predefinidos dentro de los textos digitalizados. Los datos cubren el período anual desde 1950 hasta 2019 en el idioma inglés, basados en los términos de búsqueda.
 - La resolución temporal nativa proporcionada por *Google Books Ngram Viewer* para estos datos es estrictamente anual. En consecuencia, no se realizó ninguna interpolación ni estimación intra-anual; el análisis opera directamente sobre la serie de tiempo anual original. Es fundamental destacar que las cifras proporcionadas por *Google Books Ngram* representan frecuencias relativas. Para cada año, la frecuencia de un *n-grama* se calcula como su número de apariciones dividido por el número total de *n-gramas* presentes en el *corpus* de *Google Books* correspondiente a ese año específico. Este cálculo inherente normaliza los datos respecto al tamaño variable del *corpus* a lo largo del tiempo.
 - Dado que estas frecuencias relativas anuales pueden resultar en valores numéricos muy pequeños, dificultando su manejo e interpretación directa, se aplicó un procedimiento de normalización adicional a la serie de tiempo anual (1950-2019) obtenida. De manera análoga a la metodología de *Google Trends*, esta normalización consistió en establecer el año con la frecuencia relativa más alta dentro del período analizado como el valor base de 100. Todas las demás frecuencias relativas anuales fueron reescaladas proporcionalmente respecto a este valor máximo.
 - Este paso de normalización adicional transforma la escala original de frecuencias relativas (que pueden ser del orden de 10^{-5} o inferior) a una escala más intuitiva con base a 100, facilitando el análisis visual y comparativo de la prominencia relativa del término a lo largo del tiempo, sin alterar la dinámica temporal subyacente.
- **Crossref:** Para evaluar la dinámica temporal de la producción científica en áreas temáticas específicas, se utilizó la infraestructura de metadatos de *Crossref*. El proceso metodológico comprendió las siguientes etapas clave:
 - *Recuperación inicial de datos:* Se ejecutaron consultas predefinidas contra la base de datos de *Crossref*, orientadas a identificar registros de publicaciones cuyos títulos contuvieran los términos de búsqueda de interés. Paralelamente, se cuantificó el volumen total de publicaciones registradas en *Crossref* (independientemente del tema) para cada mes dentro del mismo intervalo

temporal (enero 1950 - diciembre 2024). Esta fase inicial recuperó un conjunto amplio de metadatos potencialmente relevantes.

- *Refinamiento local y creación del sub-corpus:* Los metadatos recuperados fueron procesados en un entorno local. Se aplicó una segunda capa de filtrado mediante búsquedas booleanas más estrictas, nuevamente sobre los campos de título, para asegurar una mayor precisión temática y conformar un sub-corpus de publicaciones altamente relevantes para el análisis.
- *Curación y deduplicación:* El sub-corpus resultante fue sometido a un proceso de curación de datos estándar en bibliometría. Fundamentalmente, se eliminaron registros duplicados basándose en la identificación única proporcionada por los *Digital Object Identifiers* (DOIs). Esto garantiza que cada publicación distinta se contabilice una sola vez. Se omitieron los registros sin DOIs.
- *Agregación temporal y cuantificación mensual:* A partir del sub-corpus final, curado y deduplicado, se procedió a la agregación temporal para obtener una serie de tiempo mensual. Para cada mes calendario dentro del período de análisis (enero 1950 - diciembre 2024), se realizó un conteo directo del número absoluto de publicaciones cuya fecha de publicación registrada (utilizando la mejor resolución disponible en los metadatos) correspondía a dicho mes. Esto generó una serie de tiempo de volumen absoluto de producción científica sobre el tema.
 - Utilizando el conteo absoluto relevante y el conteo total de publicaciones en Crossref para el mismo mes (obtenido en el paso 1), se calculó la participación porcentual de las publicaciones relevantes respecto al total general (Conteo Relevante / Conteo Total). Esto generó una serie de tiempo de volumen relativo, indicando la proporción de la producción científica total que representa el tema de interés cada mes.
- *Normalización del volumen de publicación:* La serie resultante de conteos mensuales relativas fue posteriormente normalizada. Siguiendo una metodología análoga a la empleada para otros indicadores de tendencia (como *Google Trends*), se identificó el mes con el mayor número de publicaciones dentro de todo el período analizado. Este punto máximo se estableció como valor base de 100. Todos los demás conteos se reescalaron de forma proporcional a este pico. El resultado es una serie de tiempo mensual normalizada que presenta la intensidad relativa de la producción científica registrada, facilitando la identificación de tendencias y picos de actividad en una escala comparable. No se aplicó ninguna técnica de interpolación.

- **Bain & Company - Usabilidad:** Para el análisis de la Usabilidad de herramientas gerenciales, se utilizaron datos provenientes de las encuestas periódicas "*Management Tools & Trends*" de Bain & Company. El procesamiento de estos datos, para adaptarlos a un análisis mensual y normalizado, implicó las siguientes consideraciones y pasos metodológicos:
 - *Naturaleza de los datos fuente:*
 - *Métrica:* El indicador primario es el porcentaje de Usabilidad reportado para cada herramienta gerencial evaluada.
 - *Fuente y disponibilidad:* Los datos se extrajeron directamente de los informes publicados por Bain, siguiendo el orden cronológico de aparición de las encuestas. Es crucial notar que Bain típicamente reporta sobre un subconjunto de herramientas (el "*top*"), no sobre la totalidad de herramientas existentes o potencialmente evaluadas.
 - *Periodicidad:* La publicación de estos datos es irregular, generalmente con una frecuencia bianual o trianual, resultando en una serie de tiempo original con puntos de datos dispersos.
 - *Contexto de la encuesta:* Se reconoce que cada oleada de la encuesta puede haber sido administrada a un número variable de encuestados y potencialmente a cohortes con características distintas. Aunque la metodología exacta de encuesta no es pública, se valora la longevidad de la encuesta y su enfoque en directivos y gerentes. Sin embargo, se debe considerar la posibilidad de sesgos inherentes a la perspectiva de una consultora como Bain.
 - *Cobertura temporal variable:* La disponibilidad de datos para cada herramienta específica varía significativamente; algunas tienen registros de larga data, mientras que otras aparecen solo en encuestas más recientes o de corta duración.
 - *Pre-procesamiento y agrupación semántica:* Dada la evolución de las herramientas gerenciales y los posibles cambios en su nomenclatura o alcance a lo largo del tiempo, se realizó un agrupamiento semántico.
 - Se identificaron herramientas que representan extensiones, evoluciones o variantes cercanas de otras, y sus respectivos datos de Usabilidad fueron combinados o asignados a una categoría conceptual unificada para crear series de tiempo más coherentes y extensas.

- *Normalización de los datos originales:* Posterior a la estructuración y agrupación semántica, se aplicó un procedimiento de normalización a los puntos de datos de Usabilidad (%) originales y dispersos para cada herramienta (o grupo de herramientas).
 - Para cada herramienta/grupo, se identificó el valor máximo de Usabilidad (%) reportado en cualquiera de las encuestas disponibles para esa herramienta específica a lo largo de todo su historial registrado. Este valor máximo se estableció como la base 100.
 - Todos los demás puntos de datos de Usabilidad (%) originales para esa misma herramienta/grupo fueron reescalados proporcionalmente respecto a su propio máximo histórico. El resultado es una serie de tiempo dispersa, ahora en una escala normalizada de 0 a 100 para cada herramienta, donde 100 representa su pico histórico de usabilidad reportada.
- *Interpolación temporal para estimación mensual:* Con el fin de obtener una serie de tiempo mensual continua a partir de los datos normalizados y dispersos, se aplicó una interpolación temporal.
 - Se seleccionó la técnica de interpolación mediante *splines cúbicos*. Este método ajusta funciones polinómicas cúbicas por tramos entre los puntos de datos normalizados conocidos, generando una curva suave que pasa exactamente por dichos puntos. Se eligió esta técnica por su capacidad para capturar potenciales dinámicos no lineales en la tendencia de usabilidad entre las encuestas publicadas, lo que fundamenta la explicación de que los cambios en la usabilidad, reflejan ciclos de adopción y abandono, por lo cual tienden a ser progresivos, evolutivos y se manifiestan de manera suavizada dentro de las organizaciones a lo largo del tiempo.
 - Los *splines cúbicos* genera una curva suave (continua en su primera y segunda derivada, salvo en los extremos) que pasa exactamente por dichos puntos y es capaz de capturar aceleraciones o desaceleraciones en la adopción/abandono que podrían perderse con métodos más simples como la interpolación lineal.
 - Dada la naturaleza dispersa de los datos originales (puntos bianuales/trianuales) y la necesidad de una perspectiva temporal continua para analizar las tendencias subyacentes de adopción y abandono de estas

herramientas – procesos inherentemente cualitativos que evolucionan en el tiempo debido a múltiples factores– se requirió generar una serie de tiempo mensual completa a partir de los puntos de datos normalizados.

- *Protocolo de adherencia a límites (Clipping Post-Interpolación):* Se reconoció que la interpolación con *splines cúbicos* puede, en ocasiones, generar valores que exceden ligeramente el rango de los datos originales (fenómeno de *overshooting*).
 - Para asegurar la validez conceptual de los datos mensuales estimados en la escala normalizada, se implementó un mecanismo de recorte (*clipping*) después de la interpolación. Todos los valores mensuales interpolados resultantes fueron restringidos al rango “mínimo” y “máximo” de la serie. Esto garantiza que para los datos de usabilidad estimada no se generen otros máximos y mínimos fuera de los “máximos” y “mínimos” de la serie.
 - El resultado final de este proceso es una serie de tiempo mensual, estimada, normalizada (base 100) y acotada para la Usabilidad de cada herramienta (o grupo semántico de herramientas) gerencial analizada, derivada de los informes periódicos de Bain & Company y sujeta a las limitaciones y supuestos metodológicos descritos.
- **Bain & Company - Satisfacción:** Se procesaron los datos de “Satisfacción” con herramientas gerenciales, también provenientes de las encuestas periódicas *“Management Tools & Trends”* de Bain & Company. La “Satisfacción”, típicamente medida en una escala tipo Likert de 1 (Muy Insatisfecho) a 5 (Muy Satisfecho), requirió un tratamiento específico para su estandarización y análisis temporal.
 - *Naturaleza de los datos fuente y pre-procesamiento inicial:*
 - *Métrica:* El indicador primario es la puntuación de Satisfacción (escala original ~1-5).
 - *Características de la fuente:* Se reitera que las características fundamentales de la fuente de datos (periodicidad irregular, reporte selectivo “top”, variabilidad muestral, potencial sesgo de consultora, cobertura temporal variable por herramienta) son idénticas a las descritas para los datos de Usabilidad.
 - *Agrupación semántica:* De igual manera, se aplicó el mismo proceso de agrupación semántica para combinar datos de herramientas conceptualmente relacionadas o evolutivas.

- *Estandarización de “Satisfacción” mediante Z-Scores:*
 - *Razón y método:* Dada la naturaleza a menudo restringida del rango en las puntuaciones originales de Satisfacción (escala 1-5) y para cuantificar la desviación respecto a un punto de referencia significativo, se optó por estandarizar los datos originales dispersos mediante la transformación *Z-score*.
 - *Parámetros de estandarización:* La transformación se aplicó utilizando parámetros poblacionales justificados teóricamente:
 - *Media poblacional ($\mu = 3.0$):* Se adoptó $\mu=3.0$ basándose en la interpretación estándar de las *escalas Likert* de 5 puntos, donde “3” representa el punto de neutralidad o indiferencia teórica. El *Z-score* resultante, $(X - 3.0) / \sigma$, mide así directamente la desviación respecto a la indiferencia. Esta elección proporciona un *benchmark* estable y conceptualmente más significativo que una media muestral fluctuante, especialmente considerando la selectividad de los datos publicados por Bain.
 - *Desviación estándar poblacional ($\sigma = 0.891609$):* Para mantener la coherencia metodológica, se utilizó una σ estimada en 0.891609. Este valor no es la desviación estándar convencional alrededor de la media muestral, sino la raíz cuadrada de la varianza muestral insesgada calculada respecto a la media poblacional fijada $\mu=3.0$, utilizando un conjunto de referencia de 201 puntos de datos (de 23 herramientas compendiadas en los 138 informes): $\sigma \approx \sqrt{\sum(x_i - 3.0)^2 / (n - 1)}$ con $n=201$. Esta σ representa la dispersión típica estimada alrededor del punto de indiferencia (3.0), basada en la variabilidad observada en el *pool* de datos disponible, asegurando consistencia entre numerador y denominador del *Z-score*.
- *Transformación a escala de índice intuitiva (Post-Estandarización):* Tras la estandarización a *Z-scores*, estos fueron transformados a una escala de índice más intuitiva para facilitar la visualización y comunicación.
 - *Definición de la Escala:* Se estableció que el punto de indiferencia ($Z=0$, correspondiente a $X=3.0$) equivaliera a un valor de índice de 50.
 - *Determinación del multiplicador:* El factor de escala (multiplicador del *Z-score*) se fijó en 22. Esta decisión se basó en el objetivo de que el valor

máximo teórico de satisfacción ($X=5$), cuyo Z -score es $(5-3)/0.891609 \approx +2.243$, se mapearía aproximadamente a un índice de 100 ($50 + 2.243 * 22 \approx 99.35$).

- *Fórmula y rango resultante:* La fórmula de transformación final es: $\text{Índice} = 50 + (Z\text{-score} \times 22)$. En esta escala, la indiferencia ($X=3$) es 50, la máxima satisfacción teórica ($X=5$) es aproximadamente 100 (~99.4), y la mínima satisfacción teórica ($X=1$, $Z \approx -2.243$) se traduce en $50 + (-2.243 * 22) \approx 0.65$. Esto crea un rango operativo efectivo cercano a [0, 100]. Se prefirió esta escala $[50 \pm \sim 50]$ sobre otras como las Puntuaciones T ($50 + 10^*Z$) por su mayor amplitud intuitiva al mapear el rango teórico completo (1-5) de la satisfacción original.

- *Interpolación temporal para estimación mensual:*

- *Método:* La serie de puntos de datos discretos, ahora expresados en la escala de Índice de Satisfacción, requiere ser transformada en una serie temporal continua para el análisis mensual.
- *Justificación de la interpolación:* Esta necesidad surge porque la Satisfacción, tal como es medida, refleja opiniones y percepciones de valor fundamentalmente cualitativas por parte de directivos y gerentes. Se parte del supuesto de que estas percepciones no permanecen estáticas entre las encuestas, sino que evolucionan continuamente a lo largo del tiempo. Esta evolución está influenciada por una multiplicidad de factores, muchos de ellos subjetivos, como experiencias acumuladas, resultados percibidos de la herramienta, cambios en el entorno competitivo, tendencias de gestión, etc. Por lo tanto, la interpolación se aplica para estimar la trayectoria más probable de esta dinámica perceptual subyacente entre los puntos de medición discretos disponibles.
- *Selección y justificación de splines cúbicos:* Para realizar esta estimación mensual, se empleó el mismo procedimiento de interpolación temporal mediante *splines cúbicos*. La elección específica de este método se refuerza al considerar la naturaleza de los cambios de opinión y percepción. Se percibe que estos cambios tienden a ser progresivos y evolutivos, manifestándose generalmente de manera suavizada en las valoraciones agregadas. Los *splines cúbicos* son particularmente adecuados para representar esta dinámica, ya que generan una curva

suave que conecta los puntos conocidos y es capaz de modelar inflexiones no lineales. Esto permite capturar cómo las valoraciones subjetivas pueden acelerar, desacelerar o estabilizarse gradualmente en respuesta a los factores percibidos, ofreciendo una representación potencialmente más fiel que métodos lineales que asumirían una tasa de cambio constante entre encuestas.

- *Protocolo de adherencia a límites (Clipping Post-Interpolación):*
 - *Aplicación:* Finalmente, se aplicó un mecanismo de recorte (*clipping*) a los valores mensuales interpolados del Índice de Satisfacción. Los valores fueron restringidos al rango teórico operativo de la escala de índice, para corregir posibles sobreimpulsos (*overshooting*) de los *splines* y garantizar la validez conceptual de los resultados.
 - El producto final de este proceso es una serie de tiempo mensual, estimada, transformada a un índice de satisfacción (centro 50), y acotada, para cada herramienta (o grupo semántico) gerencial. Esta serie representa la evolución estimada de la satisfacción relativa a la indiferencia, derivada de los datos de Bain & Company mediante la secuencia metodológica descrita.

2. Análisis Exploratorio de Datos (AED):

Antes de aplicar técnicas de modelado formal, se realiza un Análisis Exploratorio de datos (AED) para cada herramienta gerencial y cada fuente de datos seleccionada. Este análisis sirve como base para los modelos posteriores y proporciona *insights* iniciales sobre los patrones temporales. La aplicación se centra en el análisis de tendencias temporales y comparaciones entre diferentes períodos, utilizando principalmente visualizaciones de series temporales y gráficos de barras para comunicar los resultados.

El AED implementado incluye:

- *Estadística descriptiva:*
 - Cálculo de promedios móviles para diferentes períodos (1, 5, 10, 15, 20 años y datos completos).
 - Identificación de valores máximos y mínimos en las series temporales.
 - Análisis de tendencias para evaluar la dirección y magnitud de los cambios a lo largo del tiempo.
 - Cálculo de tasas de crecimiento para diferentes períodos.
- *Visualización:*
 - Generación de gráficos de series temporales que muestran la evolución de cada herramienta gerencial a lo largo del tiempo.
 - Creación de gráficos de barras comparativos de promedios para diferentes períodos temporales.

- Visualización de tendencias con líneas de regresión superpuestas para identificar patrones de crecimiento o decrecimiento.
- *Análisis de tendencias. Implementación de análisis de tendencias para evaluar:*
 - Tendencias a corto plazo (1 año).
 - Tendencias a medio plazo (5-10 años).
 - Tendencias a largo plazo (15-20 años o más).
 - Comparación entre diferentes períodos para identificar cambios en la dirección de las tendencias.
 - Clasificación de tendencias como “creciente”, “decreciente” o “estable” basada en umbrales predefinidos.
 - Generación de afirmaciones interpretativas sobre las tendencias observadas.
- *Interpolación y manejo de datos faltantes:*
 - Aplicación de técnicas de interpolación (cúbica, B-spline).
 - Suavizado de datos utilizando promedios móviles para reducir el ruido y destacar tendencias subyacentes.
- *Normalización de datos:*
 - Implementación de normalización de conjuntos de datos para permitir potenciales comparaciones entre diferentes fuentes.
 - Combinación de datos normalizados de múltiples fuentes para análisis integrado

3. Modelado de series temporales:

El núcleo del análisis implementado se centra en el modelado de series temporales, utilizando técnicas específicas para identificar patrones, tendencias y ciclos en la adopción de herramientas gerenciales: Análisis ARIMA (*Autoregressive Integrated Moving Average*). Se implementan modelos ARIMA que permite analizar y pronosticar tendencias futuras en la adopción de herramientas gerenciales. La selección de parámetros ARIMA (p,d,q) se realiza principalmente mediante funciones que automatizan la selección de los mejores parámetros. Aunque los parámetros predeterminados utilizados son (p=0, d=1, q=2), se permite la selección automática de parámetros óptimos basándose en el *Criterio de Información de Akaike* (AIC). Se advierte que el código no implementa explícitamente pruebas de diagnóstico para verificar la adecuación de los modelos o la ausencia de autocorrelación residual.

- *Análisis de descomposición estacional:*
 - Se implementa la descomposición estacional para separar las series temporales en componentes de tendencia, estacionalidad y residuo, permitiendo identificar patrones cíclicos en los datos.
 - La descomposición se realiza con un modelo aditivo o multiplicativo, dependiendo de las características de los datos.
 - Los resultados se visualizan en gráficos que muestran cada componente por separado, facilitando la interpretación de los patrones estacionales.

— *Análisis espectral (Análisis de Fourier):*

- Se implementa el análisis de Fourier descomponiendo las series temporales en sus componentes de frecuencia. Este análisis permite identificar ciclos dominantes en los datos, incluso aquellos que no son estrictamente periódicos.
- La implementación incluye la visualización de periodogramas que muestran la importancia relativa de cada frecuencia.
- Los resultados se presentan tanto en términos de frecuencia como de período (años), facilitando la interpretación de los ciclos identificados.

— *Técnicas de suavizado y procesamiento de datos:*

- Se aplican modelos de suavizado mediante promedios móviles que reduce el ruido y destaca tendencias subyacentes.
- Se utilizan técnicas de interpolación (lineal, cúbica, B-spline) para manejar datos faltantes y crear series temporales continuas.
- Estas técnicas se utilizan como preparación para el modelado y para mejorar la visualización de tendencias.

— *Análisis de tendencias:*

- Se implementa un análisis detallado de tendencias que evalúa la dirección y magnitud de los cambios a lo largo de diferentes períodos temporales.
- Este análisis complementa los modelos formales, proporcionando interpretaciones cualitativas de las tendencias observadas.
- La aplicación genera afirmaciones interpretativas sobre las tendencias, clasificándolas como “creciente”, “decreciente” o “estable” basándose en umbrales predefinidos.

— *Integración con IA Generativa:*

- Se integran modelos de IA generativa (a través de *google.generativeai*) para enriquecer el análisis de series temporales.
- Se utilizan modelos de lenguaje para generar interpretaciones contextuales de los patrones identificados en los datos.
- Estas interpretaciones se complementan los resultados de los modelos estadísticos, proporcionando *insights* adicionales sobre las tendencias observadas.

El enfoque de modelado implementado se centra en la identificación de patrones temporales y la generación de pronósticos, con un énfasis particular en la visualización e interpretación de resultados. Se combinan técnicas estadísticas tradicionales (ARIMA, análisis de Fourier, descomposición estacional) con enfoques modernos de análisis de datos e IA generativa para proporcionar un análisis integral de las tendencias en la adopción de herramientas gerenciales.

4. Integración y visualización de resultados:

Se implementa un sistema de integración y visualización de resultados que combina diferentes análisis para cada fuente de datos y herramienta gerencial. Este sistema se centra en la generación de informes visuales y textuales que facilitan la interpretación de los hallazgos, mediante la integración de resultados, y generando informes que incorporan visualizaciones, análisis estadísticos y texto interpretativo. Para ello, se convierte el contenido HTML/Markdown a PDF, en un formato estructurado.

— *Bibliotecas de visualización:*

- Se utiliza múltiples bibliotecas de visualización de manera complementaria para crear visualizaciones óptimas según el tipo de análisis:
 - *Matplotlib*: Para gráficos estáticos, incluyendo series temporales y gráficos de barras.
 - *Seaborn*: Para visualizaciones estadísticas mejoradas.

— *Tipos de visualizaciones implementadas:*

- *Series temporales*: Se generan gráficos de líneas que muestran la evolución temporal de las variables clave para cada herramienta gerencial. Se visualizan con diferentes niveles de suavizado para destacar tendencias subyacentes y configurados con formatos consistentes.
- *Gráficos comparativos*: Se generan gráficos de barras que comparan promedios para diferentes períodos temporales (1, 5, 10, 15, 20 años y datos completos). Estos gráficos utilizan un esquema de colores consistente para facilitar la comparación y en un formato estandarizado.
- *Descomposiciones estacionales*: Se generan visualizaciones de descomposición estacional. Estos gráficos muestran las componentes de tendencia, estacionalidad y residuo de las series temporales.
- *Análisispectral*: Se generan espectrogramas que muestran la densidad espectral de las series temporales. Estos gráficos identifican las frecuencias dominantes en los datos, permitiendo detectar ciclos no evidentes en las visualizaciones directas.

— *Exportación y compartición de resultados*: Se permite guardar las visualizaciones como archivos de imagen independientes que pueden ser compartidos y archivados, facilitando la distribución de los resultados, mediante nombres únicos basados en las herramientas analizadas.

— *Transparencia y reproducibilidad*: El código está estructurado de manera que facilita la reproducibilidad. Las funciones están bien documentadas y los parámetros utilizados en los análisis son explícitos, permitiendo la replicación de los resultados. Se mantiene un registro de los análisis realizados, que se incluye en los informes generados.

El sistema está diseñado para facilitar la interpretación de patrones complejos en la adopción de herramientas gerenciales, utilizando una combinación de visualizaciones, análisis estadísticos y texto interpretativo generado tanto mediante IA como algorítmicamente.

5. Justificación de la elección metodológica

La elección de Python como lenguaje de programación y el enfoque en el modelado de series temporales se justifican por las siguientes razones:

- *Rigor*: Las técnicas de modelado de series temporales (ARIMA, descomposición estacional, análisis espectral) son métodos estadísticos sólidos y ampliamente aceptados para el análisis de datos longitudinales.
- *Flexibilidad*: Python y sus bibliotecas ofrecen una gran flexibilidad para adaptar los análisis a las características específicas de cada fuente de datos y cada herramienta gerencial.
- *Reproducibilidad*: El uso de un lenguaje de programación y la disponibilidad del código fuente garantizan la reproducibilidad de los análisis (Disponible en: <https://github.com/Wise-Connex/Management-Tools-Analysis/>)
- *Automatización*: Permite un flujo de trabajo automatizado.
- *Relevancia para el objeto de estudio*: Las técnicas seleccionadas son particularmente adecuadas para identificar patrones temporales, ciclos y tendencias, que son fundamentales para el estudio de las “modas gerenciales”.

Se eligió un enfoque cuantitativo para este estudio debido a la disponibilidad de datos numéricos longitudinales de múltiples fuentes, lo que permite la aplicación de técnicas estadísticas para identificar patrones y tendencias y un análisis sistemático y replicable de grandes volúmenes de datos. *Un enfoque más cualitativo, está reservado para el trabajo de investigación doctoral supra mencionado.*

Si bien el presente estudio se centra en la identificación de patrones y tendencias, es importante reconocer que no se pueden establecer relaciones causales definitivas a partir de los datos y las técnicas utilizadas, y es posible que existan variables omitidas o factores de confusión que influyan en los resultados. Para explorar posibles relaciones causales, se requerirían estudios adicionales con diseños experimentales o quasi-experimentales, o el uso de técnicas econométricas avanzadas (v.gr., modelos de ecuaciones estructurales, análisis de causalidad de Granger) que permitan controlar por variables de confusión y establecer la dirección de la causalidad.

NOTA METODOLÓGICA IMPORTANTE:

- Los 138 informes técnicos que componen este estudio han sido diseñados para ser autocontenidos y proporcionar, cada uno, una descripción completa de la metodología utilizada; es decir, cada informe técnico está diseñado para que se pueda entender de forma independiente. Sin embargo, el lector familiarizado con la metodología general puede centrarse en las secciones que varían entre informes, optimizando así su tiempo y esfuerzo. Esto implica, necesariamente, la repetición de ciertas secciones en todos los informes. Para evitar una lectura redundante, se recomienda al lector lo siguiente:
 - Si ya ha revisado en informes previos las secciones "**MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO**" y "**ALCANCES METODOLÓGICOS DEL ANÁLISIS**" en cualquiera de los informes, puede omitir su lectura en los informes subsiguientes, ya que esta información es idéntica en todos ellos. Estas secciones proporcionan el contexto teórico y metodológico general del estudio.
- La variación fundamental entre los informes se encuentra en los siguientes apartados:
 - La sección "**BASE DE DATOS ANALIZADA EN EL INFORME TÉCNICO**", el contenido es específico para cada una de las cinco bases de datos utilizadas (Google Trends, Google Books Ngram Viewer, CrossRef, Bain & Company - Usabilidad, Bain & Company - Satisfacción). Dentro de cada base de datos, los 23 informes correspondientes de cada uno sí comparten la misma descripción de la base de datos. Es decir, hay cinco versiones distintas de esta sección, una para cada base de datos.
 - La sección "**GRUPO DE HERRAMIENTAS ANALIZADAS: INFORME TÉCNICO**" contiene elementos comunes a todos los informes de la misma herramienta gerencial, y presenta información de esta para ser analizada (nombre, descriptores lógicos, etc.).
 - La sección "**PARAMETRIZACIÓN PARA EL ANÁLISIS Y EXTRACCIÓN DE DATOS**" contiene elementos comunes a todos los informes de una misma base de datos (por ejemplo, la metodología general de Google Trends), pero también elementos específicos de cada herramienta (por ejemplo, los términos de búsqueda, el período de cobertura, etc.).

BASE DE DATOS ANALIZADA EN EL INFORME TÉCNICO 05-IC

Superando la visión monolítica hacia una realidad ecosistémica

Ninguna fuente de datos única puede capturar la totalidad del ciclo de vida, la adopción, el impacto o la percepción de una herramienta gerencial; esto es, porque el interés manifestado en búsquedas web (Google Trends), la presencia en el corpus literario formal (Google Books) o académico (Crossref), y la adopción/satisfacción reportada por ejecutivos (Bain & Co.) son facetas distintas, aunque interrelacionadas, de un mismo fenómeno. La verdadera comprensión emerge no de la abstracción aislada, sino de la complementariedad y la comparabilidad de estas diversas perspectivas, por lo que se hace necesario analizar esa interconexión, para mostrar cómo la "relevancia" estimada de un conjunto de herramientas (agrupadas temáticamente) fluye a través de diferentes canales de información y discurso (las fuentes) para, finalmente, alcanzar a una audiencia diversa y segmentada (los perfiles de usuario, agrupados por afinidad). En el diagrama de Sarkey busca representar un avance respecto al análisis individual de herramientas gerenciales desde fuentes de datos aisladas (como se abordó en los 115 informes previos) para reconocer una verdad fundamental en las ciencias de la gestión: la realidad organizacional es inherentemente compleja, multifacética y ecosistémica.

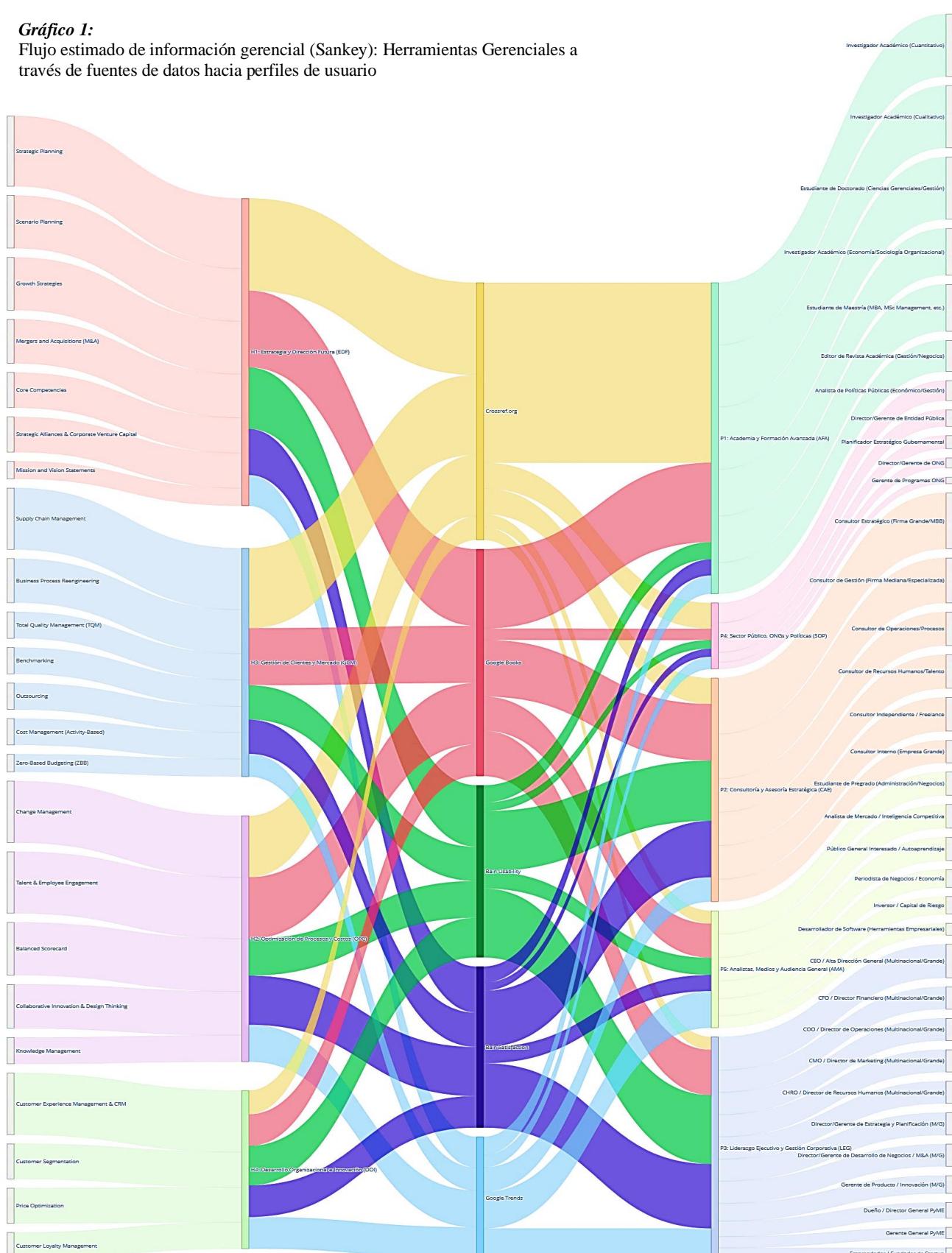
Análisis estructural del flujo de información y relevancia

El diagrama de 5 etapas revela una estructura compleja de difusión y recepción del conocimiento gerencial:

- La primera etapa muestra cómo herramientas individuales, ordenadas por su relevancia global percibida, convergen en bloques temáticos más amplios, lo que sugiere que ciertas áreas (ej. "Estrategia y Dirección Futura" o "Optimización de Procesos") aglutinan una porción significativa de la relevancia total estimada, actuando como nodos conceptuales clave en el pensamiento gerencial. La delgadez relativa de algunos flujos iniciales (ej. desde herramientas de menor relevancia) hacia sus bloques indica su nicho más específico o menor peso en el conjunto global.
- Luego se visualiza cómo diferentes *tipos* de conocimiento gerencial (representados por los bloques) tienden a canalizarse a través de distintas fuentes. Esta etapa destaca que no todas las fuentes son igualmente relevantes para todos los tipos de herramientas. La naturaleza de la herramienta influye en dónde se discute y se busca información sobre ella.

Gráfico 1:

Flujo estimado de información gerencial (Sankey): Herramientas Gerenciales a través de fuentes de datos hacia perfiles de usuario



Fuente: Elaboración propia (2024) basada en estimaciones de relevancia de herramientas, distribución por fuentes y preferencias de perfiles de usuario.

- Así, el flujo de información/relevancia que pasa por cada fuente se distribuye hacia los grandes grupos de perfiles en la que se confirman patrones esperados: (a) Crossref.org alimenta predominantemente al bloque “Academia”. (b) Bain & Co. (Usabilidad y Satisfacción) tienen una fuerte conexión con “Consultoría” y “Liderazgo Corporativo”. (c) Google Books llega significativamente a “Academia”, pero también a “Consultoría” y “Liderazgo” (reflejando su uso en formación y referencia profesional). (d) Google Trends muestra el alcance más amplio, conectando con casi todos los bloques, pero con mayor énfasis en “Analistas/Medios/Público” y “Liderazgo”. Así diferentes perfiles "bebén" de fuentes distintas.
- En una última etapa se desagrega el flujo que llega a cada bloque de perfiles hacia los roles específicos dentro de él. Si bien los flujos son más finos, se visualiza cómo, dentro de un grupo, roles como CEO, CFO, COO, etc., reciben proporciones diferentes del flujo total que llega al bloque, reflejando sus posibles focos de interés distintos. La densidad en esta etapa, recalca la gran diversidad de la audiencia final para la información sobre herramientas gerenciales.

Implicaciones para las Ciencias Gerenciales y la Práctica

- El diagrama busca visualmente afrontar la simplificación de considerar una herramienta como uniformemente popular o impopular, cuando su perspectiva epistemológica puede ser relativa a la fuente que se observe y al perfil de usuario que la evalúe. Por tanto, una herramienta puede estar decayendo en Google Trends pero consolidándose en la literatura académica o en la práctica consultiva. El concepto de "moda" se vuelve así más complejo, porque lo que puede parecer una moda efímera en el interés público (Google Trends) podría representar una consolidación doctrinal a largo plazo (Google Books, Crossref) o una adopción práctica sostenida por ciertos segmentos ejecutivos (Bain). El análisis requiere considerar la signatura multifuente de cada herramienta.
- Por otro parte, la relevancia y utilidad de la información sobre una herramienta dependen intrínsecamente del perfil del usuario; es decir, un CEO buscando aplicabilidad práctica valorará más los informes de Bain que un académico investigando los fundamentos teóricos (quien preferirá Crossref). La comunicación y la investigación deben adaptarse a estas audiencias diversas. En todo caso, las fuentes no son neutrales; cada una (Google, editoriales académicas, consultoras) tiene sus propios sesgos, lógicas de selección y audiencias preferentes, actuando como mediadoras que moldean la percepción de las herramientas. Lo que debe quedar establecido es comprender verdaderamente la dinámica de una herramienta requiere no solo ver múltiples fuentes, sino hacerlo a lo largo del tiempo, por lo cual, la combinación de los informes individuales (001-115) con los informes complementarios (116-138).

GRUPO DE HERRAMIENTAS ANALIZADAS: INFORME TÉCNICO 05-IC

Al confrontar la efímera popularidad reflejada en ciertas fuentes (como las tendencias de búsqueda) con la sedimentación a largo plazo en el corpus académico o la adopción práctica sostenida, se desafía la noción de que las herramientas gerenciales siguen un ciclo de vida lineal y predecible hacia la obsolescencia; y por el contrario, demuestra que una herramienta puede perder visibilidad en un canal mientras consolida su influencia en otro, o incluso experimentar resurgimientos bajo nuevas interpretaciones o contextos. Esto fomenta una gestión del conocimiento que sea más estratégica, donde la "vigencia" se evalúa no por la última moda, sino por una comprensión integral de su impacto multifacético y su potencial de adaptación, para combatir una suerte de "obsolescencia programada" de las ideas gerenciales, invitando a revisitar y revalorizar herramientas que, aunque no estén en el candelero mediático, pueden seguir aportando un valor sustancial.

Análisis comparativo multifacético de herramientas gerenciales: comprensión ecosistémica y dinámica

Siguiendo la premisa de que la relevancia de cualquier herramienta gerencial como lo Experiencia del Cliente, no pueden ser adecuadamente aprehendidas desde una perspectiva unívoca, sino que emergen de la intersección y, a menudo, de la tensión entre múltiples dimensiones; y que fueron tratados individualmente en los 115 informes dedicados a las 23 herramientas analizadas en las cinco bases de datos diferentes. Para dilucidar las intrincadas relaciones entre estas fuentes y la dinámica de cada herramienta, en el presente informe se ha desplegado un conjunto de análisis y visualizaciones analíticas, para iluminar facetas de esta realidad multifuente:

1. *Análisis de Componentes Principales (PCA) – Varianza explicada y gráfico de cargas:* Cruciales para identificar las fuentes que más contribuyen a la varianza observada y cómo se agrupan o se oponen, revelando la complejidad subyacente y las co-variaciones principales.
2. *Mapa de calor de correlación entre fuentes:* Visualiza cuantitativamente la fuerza y dirección de las correlaciones lineales entre cada par de fuentes, identificando sinergias o disociaciones.
3. *Análisis de Regresión Bivariada:* Explora la naturaleza predictiva de la relación entre pares específicos de fuentes, capturando posibles relaciones no lineales y ciclos de vida.
4. *Comparativo de Medias por periodo y Análisis comparativo de tendencias temporales:* Esenciales para comprender la evolución longitudinal agregada e individual de la herramienta a través de las cinco fuentes, visualizando picos, valles y desfases.

Interpretación mediante la comparación de fuentes: un enfoque ecosistémico

En lugar de depender de una única métrica, es necesario contar con una comprensión ecosistémica de cada herramienta, donde la triangulación de la información proveniente de diversas fuentes, conlleve a construir y trascender la simple observación de una única serie temporal. Por ejemplo, un PCA puede sugerir una baja covariación principal entre Google Trends y Crossref.org, pero al mismo tiempo pudiesen estar midiendo fenómenos distintos (interés público vs. debate académico) con temporalidades y audiencias diferentes, lo que explica dicha independencia. Siendo así, en la tabla a continuación se resumen las características clave de cada fuente de datos:

Características comparativas de las fuentes de datos y su valor analítico

CARACTERÍSTICA	GOOGLE TRENDS	GOOGLE BOOKS NGRAMS	CROSSREF.ORG	BAIN - USABILIDAD	BAIN - SATISFACCIÓN
NATURALEZA DEL DATO	Interés de búsqueda pública (volumen relativo)	Frecuencia de aparición en corpus de libros digitalizados	Presencia en publicaciones académicas indexadas (artículos, etc.)	Reporte de uso por ejecutivos (encuestas a empresas)	Reporte de satisfacción por ejecutivos (encuestas)
DIMENSIÓN PRINCIPAL	Popularidad, "moda", interés contemporáneo	Sedimentación cultural, presencia en el discurso formal	Validación teórica, investigación, debate académico	Adopción práctica, penetración en el mercado corporativo	Percepción de valor, efectividad en la práctica
HORIZONTE TEMPORAL	Generalmente corto-medio plazo (desde 2004)	Largo plazo (siglos, aunque más robusto desde s.XIX/XX)	Medio-largo plazo (depende de la indexación)	Puntual/Periódico (basado en encuestas específicas)	Puntual/Periódico (basado en encuestas específicas)
LATENCIA	Muy baja (casi en tiempo real)	Alta (refleja publicaciones pasadas)	Media-Alta (ciclos de publicación académica)	Media (tiempo entre encuesta y publicación de reporte)	Media (tiempo entre encuesta y publicación de reporte)
AUDIENCIA PRIMARIA QUE REFLEJA	Público general, profesionales, estudiantes	Autores, académicos, lectores de literatura formal	Comunidad académica, investigadores, doctorandos	Ejecutivos, consultores, tomadores de decisión	Ejecutivos, consultores, usuarios de herramientas
SESGOS POTENCIALES	Influencia de eventos mediáticos, SEO, cambios en el motor de búsqueda	Digitalización selectiva de corpus, predominio del inglés	Sesgos de publicación, modas académicas, acceso abierto	Muestra de la encuesta, tipo de industria/empresa, auto-reportaje	Muestra de la encuesta, expectativas, auto-reportaje
FORTALEZA ANALÍTICA COMPARATIVA	Identificar "buzz" y su (des)conexión con la sustancia literaria o académica.	Medir la institucionalización a largo plazo de una idea.	Evaluar el rigor teórico y la evolución conceptual.	Estimar la difusión real en el entorno empresarial.	Medir la recepción y el valor percibido en la práctica.

Relevancia de la dimensión longitudinal y las correlaciones variables

El análisis de herramientas gerenciales es intrínsecamente histórico y cada fuente posee un horizonte temporal y una latencia distintos. Google Trends captura el pulso contemporáneo, mientras Google Books Ngrams ofrece una mirada retrospectiva de mayor alcance. Crossref.org y los informes de Bain se sitúan en puntos intermedios o específicos del tiempo. Se trata de una diversidad temporal crítica; pues, la correlación entre el interés académico (Crossref) y las búsquedas públicas (Google Trends) para una herramienta emergente podría ser positiva

inicialmente, pero divergir a medida que la herramienta madura: pues podría consolidarse en la academia (nivel estable en Crossref) mientras su novedad decae en el interés público (descenso en Google Trends). La perspectiva multifuente, analizada longitudinalmente, es una única vía para capturar estos ciclos de vida complejos y evitar conclusiones estáticas basadas en una "fotografía" momentánea o en un único indicador.

Comportamientos complementarios y adversos en la dinámica de las herramientas

La comparación sistemática, guiada por la comprensión de las características de cada fuente, puede revelar patrones de complementariedad o divergencia:

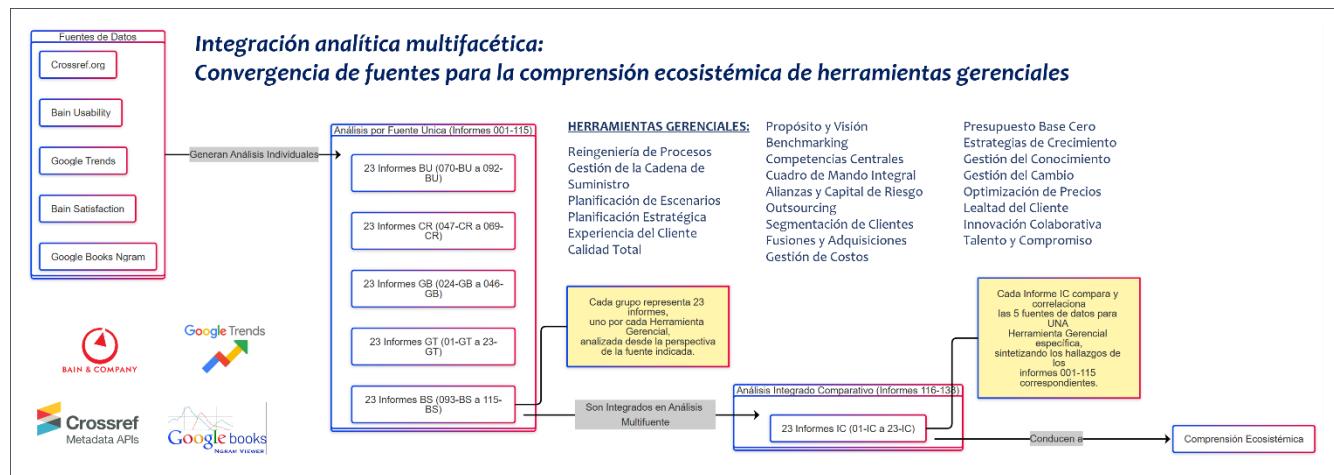
- Se considera la complementariedad cuando se manifiesta en las distintas fuentes, a pesar de sus diferencias, contando una historia coherente, aunque sea con desfases temporales. Por ejemplo, una herramienta puede mostrar un aumento sostenido en publicaciones académicas (Crossref.org), seguido por una mayor presencia en libros (Google Books Ngrams), un pico de interés público (Google Trends) y, finalmente, altos reportes de usabilidad y satisfacción (Bain). Aquí, la "señal" de relevancia se propaga de una esfera a otra.
- Los comportamientos adversos o desalineados ocurren cuando las tendencias entre fuentes son opuestas o no guardan una relación esperada; por ejemplo, una herramienta podría declinar en Google Trends y en los reportes de Bain (pérdida de favor práctico), pero mantener una presencia estable o creciente en Crossref.org (interés académico continuo, quizás histórico o crítico). El interés público y la satisfacción ejecutiva pueden ser más sensibles a la eficacia percibida y a las alternativas, mientras que el interés académico puede tener otras motivaciones. Estas divergencias analíticamente ricas, desafían nociones simplistas de popularidad.

La exposición a la divergencia y convergencia entre fuentes cultiva una inteligencia gerencial más crítica y menos susceptible a las narrativas simplistas o a los "cantos de sirena" de la última panacea administrativa. Al entender que la "evidencia" sobre la efectividad o popularidad de una herramienta es inherentemente multifuente y, a veces, contradictoria, los líderes y consultores toman mejores decisiones. No se trata de encontrar la "única fuente verdadera", sino de aprender a navegar y sintetizar información proveniente de un ecosistema de conocimiento, reconociendo los sesgos y fortalezas de cada perspectiva. Esto es fundamental para una toma de decisiones verdaderamente basada en evidencia, una evidencia que es, por naturaleza, ecosistémica.

La visualización y el análisis de estas interacciones complejas entre diferentes tipos de "discurso gerencial" (popular, académico, práctico) abren nuevas avenidas para la investigación. ¿Cómo se influencian mutuamente estos discursos? ¿Existen patrones predecibles de difusión o de "contagio" de ideas entre estas esferas? ¿Cómo impactan los factores contextuales (crisis económicas, cambios tecnológicos, paradigmas culturales) en estas dinámicas multifuente? El desarrollo de métricas y modelos que capturen esta complejidad ecosistémica no solo enriquece nuestra comprensión de las herramientas existentes, sino que también puede guiar el desarrollo y la evaluación de futuras innovaciones gerenciales. Este enfoque invita a superar los silos metodológicos y a abrazar una mayor interdisciplinariedad en el estudio de los fenómenos de gestión.

PARAMETRIZACIÓN PARA EL ANÁLISIS Y EXTRACCIÓN DE DATOS

Este informe complementario 05-IC consolida y contrasta los hallazgos de los cinco informes técnicos previos dedicados a la herramienta gerencial ***Experiencia del Cliente***, cada uno enfocado en una fuente de datos singular: ***Google Trends*** (interés público digital), ***Google Books Ngram*** (presencia literaria), ***Crossref.org*** (discurso académico), ***Encuesta Bain & Co. - Usabilidad*** (adopción ejecutiva reportada) y ***Encuesta Bain & Co. - Satisfacción*** (valor percibido por ejecutivos).



El objetivo primordial de este análisis transversal es examinar la dinámica de Experiencia del Cliente desde una perspectiva ecosistémica para identificar patrones de convergencia y divergencia entre las distintas fuentes, explorar posibles relaciones temporales entre indicadores de atención, discurso y adopción, y obtener una visión matizada sobre la trayectoria evolutiva de esta herramienta, y evaluar si la evidencia multifuente apoya o refuta su caracterización como "moda gerencial" o si sugiere dinámicas más complejas. La metodología comparativa se apoya en índices normalizados/estandarizados y armonizados temporalmente, disponibles en el [Harvard Dataverse](#). Las técnicas analíticas empleadas en este informe incluyen la visualización superpuesta de series temporales, análisis de correlación, Análisis de Componentes Principales (PCA) y comparación de medias por períodos, cuyos resultados para Experiencia del Cliente se presentan en el apartado siguiente. Los profesionales consultores comprenden que este ecosistema puede aportar recomendaciones de manera mucho más precisa, anticipando posibles resistencias o malentendidos, siendo que puede fomentar una cultura organizacional que valore la diversidad de perspectivas, con disposición a experimentar y aprender de manera continua, al reconocer

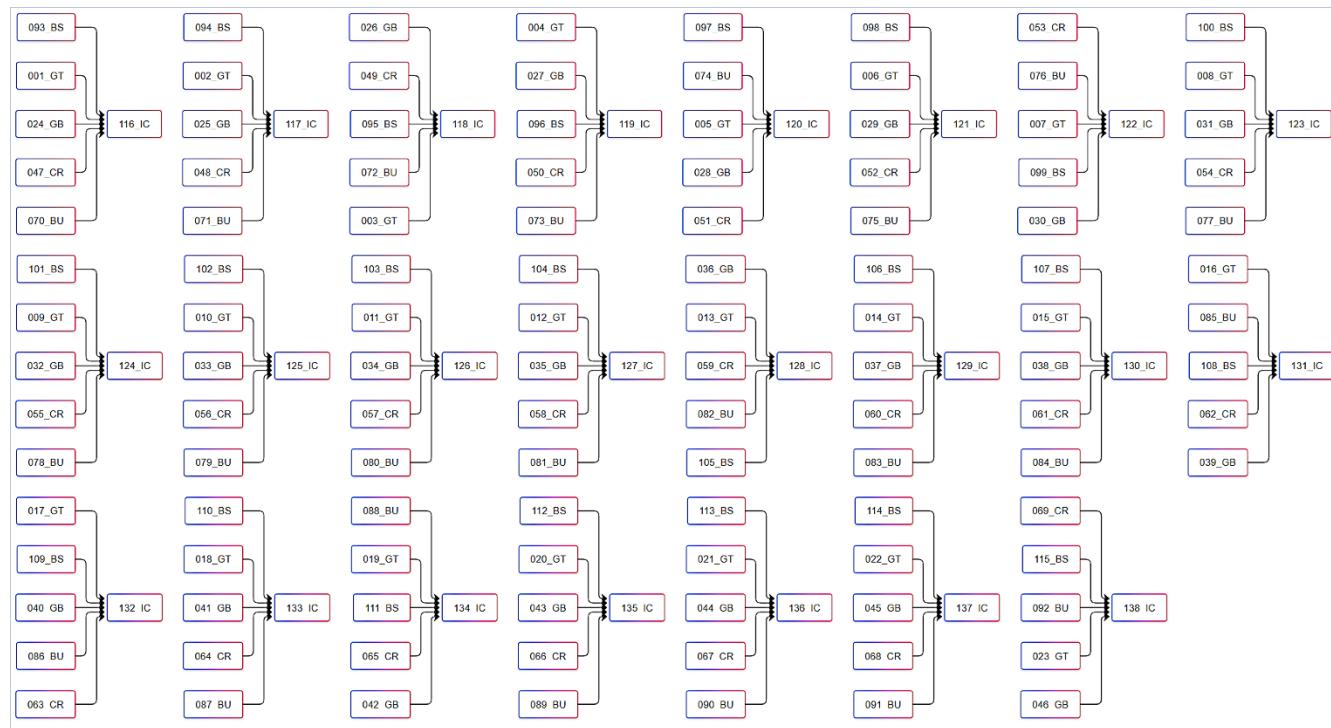
que no existe una solución única válida para todos los contextos ni para todos los tiempos. Una visión que fomenta una práctica más adaptativa, reflexiva y, en última instancia, más resiliente con implicaciones más profundas y proactivas, pues no se limita a un diagnóstico retrospectivo; sino que ofrece una hoja de ruta para la arquitectura y diseminación estratégica de futuras innovaciones y conocimientos en el campo de la gestión.

Lo que no se ha enfatizado suficientemente es cómo este entendimiento puede transformar radicalmente el proceso de *validación* de otras herramientas gerenciales, pasando de un enfoque a menudo fragmentado o intuitivo, a uno deliberadamente orquestado a través del ecosistema de conocimiento:

Diseño "Multifuente" deliberado para la resonancia y adopción: Tradicionalmente, las nuevas herramientas pueden surgir de un nicho específico (ej. una investigación académica, una innovación práctica en una empresa, una conceptualización de una consultora). Sin embargo, la comprensión de que su éxito y legitimación a largo plazo dependen de su resonancia a través de múltiples "canales" (académico, literario, práctico, público) sugiere que los innovadores deberían considerar, desde la fase de diseño, cómo su propuesta podría manifestarse y ser validada en cada una de estas esferas. *¿Cómo se traduce una herramienta para ser académicamente (atractiva para Crossref), conceptualmente accesible para el corpus literario (Google Books), intuitivamente interesante para el público general y profesionales (Google Trends), y demostrablemente útil y satisfactoria para los ejecutivos (Bain & Co.)?* Diseñar con estas "audiencias fuente" en mente puede aumentar significativamente las probabilidades de una adopción más amplia y sostenida. Esto implica, por ejemplo, que los desarrolladores de una nueva metodología no solo prueben su eficacia práctica, sino que también inviertan en su fundamentación teórica y en estrategias para su comunicación a diferentes públicos.

Convergencia metodológica hacia la Síntesis Ecosistémica

Se propone con el siguiente diagrama visualizar un paso crucial en la arquitectura metodológica: la convergencia estructurada de los análisis monofocales hacia una síntesis multifuente e integrada que representa cómo, para cada una de las 23 herramientas gerenciales investigadas, los hallazgos derivados de cada una de las cinco fuentes de datos primarias son sistemáticamente consolidados. En cada "rama" o agrupación que converge hacia un nodo "IC" (Informe Complementario) comienza con cinco nodos que representan los informes individuales (del 001 al 115) previos. Por ejemplo, para el nodo 120 IC (*que correspondería al Informe Complementario 05-IC de la herramienta gerencial Experiencia del Cliente*), los nodos de origen son aquellos que corresponden al de GT (análisis de Google Trends), GB (análisis de Google Books), CR (análisis de Crossref), BU (análisis de Bain Usability), y BS (análisis de Bain Satisfaction). Las flechas indican que los «*insights*», provienen de la comparabilidad y correlación de los datos de cinco informes individuales, en los que cada uno ofrece una perspectiva de una fuente de datos diferente sobre una misma herramienta gerencial, como insumo directo para la construcción del Informe Complementario (IC). Siendo así, cada nodo “XXX IC” (desde 116 IC hasta 138 IC) representa un análisis de 2do nivel que no se centra en una sola fuente, sino que compara, contrasta, correlaciona y sintetiza los hallazgos de las cinco fuentes en una visión más completa y matizada.

Gráfico 2: Naturaleza de la convergencia hacia el Informe Complementario (Nodos "IC" Centrales)

El proceso implícito en esta convergencia es uno de triangulación y validación cruzada que busca responder preguntas como: ¿coinciden o divergen las tendencias observadas en Google Trends con la discusión académica en Crossref.org para esta herramienta?; ¿la popularidad en libros (Google Books) se correlaciona con la usabilidad reportada por ejecutivos (Bain)?; ¿existen desfases temporales entre la aparición de la herramienta en una fuente y su consolidación en otra?; ¿cómo se complementan los diferentes datos en pro de explicar de manera holística los ciclos de vida, adopción e impacto de la herramienta Experiencia del Cliente? Estos Informes Complementarios son, en esencia, donde la "comprensión ecosistémica" comienza a tomar forma tangible para cada herramienta individual, al forzar la comparación y la búsqueda de patrones inter-fuente. De esta manera, el gráfico demuestra el compromiso metodológico de ir más allá de los análisis aislados. Si los primeros 115 informes proporcionaron "fotografías" desde ángulos específicos, los 23 Informes Complementarios (IC) comienzan a ensamblar estas fotografías en un "mosaico" coherente. Los hallazgos y las métricas consolidadas en estos 23 Informes Complementarios (IC) son, a su vez, el insumo fundamental para análisis de mayor nivel, que fluye a través de las fuentes y llega a los perfiles de usuario.

Origen o plataforma del repositorio de los datos:

- Anez & Anez, 2025a, 2025b, 2025c, 2025d, 2025e, 2025f, 2025g, 2025h, 2025i, 2025j, 2025k, 2025l, 2025m, 2025n, 2025o, 2025p, 2025q, 2025r, 2025s, 2025t, 2025u, 2025v, 2025w, 2025x, 2025y, 2025z, 2025aa, 2025ab, 2025ac, 2025ad, 2025ae, 2025af, 2025ag, 2025ah, 2025ai, 2025aj, 2025ak, 2025al, 2025am, 2025an, 2025ao, 2025ap, 2025aq, 2025ar, 2025as, 2025at, 2025au, 2025av, 2025aw, 2025ax, 2025ay, 2025az, 2025ba, 2025bb, 2025bc, 2025bd, 2025be, 2025bf, 2025bg, 2025bh, 2025bi, 2025bj, 2025bk, 2025bl, 2025bm, 2025bn, 2025bo, 2025bp, 2025bq.

Resumen Ejecutivo

RESUMEN

La Experiencia del Cliente es un concepto complejo con ciclos de vida divergentes entre el interés público, el discurso académico y la práctica empresarial.

1. Puntos Principales

1. La herramienta exhibe ciclos de vida divergentes: una moda, una práctica fundamental y una evolución.
2. El interés público predice de manera sólida la adopción práctica, pero no la satisfacción del usuario.
3. Existe una tensión estructural entre el discurso académico formal y las dinámicas del mercado.
4. Hay una brecha evidente entre la expectación generada por la herramienta y su valor percibido.
5. El interés académico crece mientras que el uso de la herramienta genérica ha disminuido.
6. La satisfacción del usuario muestra un patrón de recuperación tras una prolongada caída inicial.
7. La adopción está débilmente correlacionada con la satisfacción del usuario, lo que indica una desconexión.
8. La herramienta evolucionó de un método específico a una amplia filosofía de gestión.
9. Una perspectiva de múltiples fuentes es fundamental para evitar clasificaciones simplistas.
10. La popularidad del concepto y su valor percibido a menudo se mueven en direcciones opuestas.

2. Puntos Clave

1. La naturaleza de una herramienta de gestión se comprende mejor sintetizando múltiples fuentes de datos, a menudo contradictorias.
2. La popularidad impulsa la adopción, pero no garantiza resultados positivos ni la satisfacción del usuario.
3. La brecha entre la expectación inicial y el valor a largo plazo es una dinámica crítica que se debe gestionar.
4. La consolidación académica de un concepto puede ocurrir incluso mientras su forma práctica inicial disminuye.
5. La "Experiencia del Cliente" se transformó de una herramienta discreta a una capacidad empresarial integrada y global.

Análisis Temporal Comparativo

Análisis temporal comparativo de la Experiencia del Cliente a través de múltiples fuentes de datos: patrones, convergencias y divergencias

I. Contexto del análisis temporal comparativo

Este análisis evalúa la evolución longitudinal de la herramienta de gestión Experiencia del Cliente mediante la triangulación de cinco fuentes de datos heterogéneas. Se examinarán estadísticos descriptivos (media, desviación estándar), de tendencia (NADT, MAST) y patrones cíclicos (picos, declives, resurgimientos) para cada fuente de manera individual y, crucialmente, de forma comparativa. La relevancia del análisis conjunto radica en su capacidad para construir una narrativa multidimensional que contrasta el interés público (Google Trends), el discurso académico (Google Books Ngram, Crossref.org) y la adopción y valoración práctica en el ámbito corporativo (Bain Usability y Satisfaction). El período de análisis abarca desde 1950 hasta 2023, aunque la cobertura temporal varía según cada fuente, lo que se considerará en la interpretación. Se establecerán segmentos temporales de corto (últimos 5 años), mediano (últimos 10-15 años) y largo plazo (20+ años) para contextualizar la evolución de las tendencias de manera comparativa y rigurosa.

A. Naturaleza y alcance comparativo de las fuentes de datos

El análisis de Experiencia del Cliente se fundamenta en la integración de cinco fuentes de datos, cada una de las cuales ofrece una perspectiva única sobre la dinámica de la herramienta, permitiendo una triangulación robusta de sus patrones de evolución.

- **Google Books Ngram (Archivo Histórico):** Esta fuente mide la frecuencia relativa de los términos asociados a Experiencia del Cliente en un vasto corpus de libros publicados entre 1950 y 2019. Su fortaleza es proporcionar una visión

histórica profunda sobre la emergencia y consolidación del concepto en el discurso literario y académico formal. Sin embargo, sus datos presentan un rezago inherente y no distinguen el contexto o el sentimiento de las menciones. Para una interpretación adecuada, debe considerarse un indicador del arraigo conceptual a largo plazo, más que de la popularidad inmediata.

- **Crossref.org (Validador Académico):** Crossref cuantifica la producción de publicaciones académicas (artículos, actas de congresos) que abordan la herramienta, abarcando el período de 1957 a 2021. Es un excelente medidor de la legitimidad y el interés de la comunidad investigadora. Su principal fortaleza es validar el rigor teórico y la tracción académica del concepto. Como limitación, no mide el impacto práctico directo de la investigación ni su adopción fuera de los círculos académicos. Sus datos deben interpretarse como un proxy de la institucionalización académica de Experiencia del Cliente.
- **Google Trends (Interés Público Actual):** Esta fuente refleja el interés de búsqueda relativo y normalizado del público general en Google, desde 2004 hasta el presente. Su principal ventaja es la capacidad para detectar tendencias emergentes, picos de popularidad y cambios de atención en tiempo real, actuando como un barómetro de la curiosidad y el "hype" cultural. Su limitación es la incapacidad para discernir la intención de búsqueda (académica, profesional, de consumo) y su alta sensibilidad a eventos mediáticos. Su interpretación requiere cautela, viéndolo como un indicador de atención y relevancia general, no necesariamente de adopción profesional.
- **Bain & Company Usability (Medidor de Adopción):** Los datos de Bain Usability, que cubren el período de 1993 a 2018, miden el porcentaje de empresas encuestadas que reportan el uso de la herramienta. Es un indicador directo y cuantitativo de la penetración en el mercado y la adopción práctica. Su fortaleza es proveer una métrica tangible del uso en el mundo real. La principal limitación es que no informa sobre la intensidad o la calidad de dicha implementación dentro de las organizaciones y depende de la representatividad de la muestra de la encuesta.

- **Bain & Company Satisfaction (Medidor de Valor Percibido):** Complementando los datos de usabilidad para el mismo período (1993-2018), esta fuente mide el nivel de satisfacción de los directivos con la herramienta, normalizado en una escala. Captura la percepción de valor y el cumplimiento de las expectativas. Su fortaleza es ofrecer una visión cualitativa sobre la experiencia del usuario. Al ser una medida subjetiva, puede estar influenciada por factores contextuales y expectativas individuales, lo que constituye su principal limitación.

La utilización comparativa de estas cinco fuentes permite construir una visión holística. Las posibles divergencias entre ellas son tan informativas como las convergencias; por ejemplo, un alto interés en Google Trends no acompañado de una alta usabilidad en Bain podría sugerir una brecha entre el discurso y la práctica. La triangulación es, por tanto, fundamental para evitar conclusiones simplistas y para comprender la compleja trayectoria de Experiencia del Cliente.

B. Posibles implicaciones del análisis comparativo de los datos

El análisis comparativo de estas cinco series temporales tiene el potencial de generar implicaciones significativas para la comprensión de la herramienta Experiencia del Cliente. En primer lugar, permitirá determinar si su trayectoria se alinea de manera uniforme con la definición de "moda gerencial" o si, por el contrario, cada fuente narra una historia diferente, sugiriendo un fenómeno más complejo. Por ejemplo, podría emerger como una moda en el interés público (Google Trends) pero como una práctica fundamental y consolidada en la literatura académica (CrossRef). En segundo lugar, este enfoque puede revelar patrones de adopción más matizados, como ciclos de resurgimiento que podrían ser impulsados por diferentes factores en distintos dominios (ej., un avance tecnológico que reaviva el interés práctico frente a un nuevo marco teórico que impulsa la producción académica). Finalmente, la identificación de desfases temporales entre los puntos de inflexión de las distintas series (ej., un pico en el discurso literario que precede en varios años a un pico de uso práctico) puede ofrecer pistas valiosas sobre los mecanismos de difusión y los tiempos de gestación de las ideas gerenciales, desde su conceptualización hasta su implementación generalizada, aportando evidencia empírica clave para la investigación doctoral.

II. Datos en bruto y estadísticas descriptivas por fuente y comparadas

A continuación se presentan las estadísticas fundamentales y una muestra de los datos brutos de las series temporales para la herramienta Experiencia del Cliente, extraídos de las cinco fuentes designadas. Estos datos constituyen la base cuantitativa para los análisis comparativos subsecuentes.

A. Series temporales completas y segmentadas (muestra por fuente)

Para ilustrar la estructura de los datos, se presenta una muestra de cada serie temporal. Los datos completos subyacen a todos los cálculos presentados en este informe.

Fuente de Datos	Muestra de Datos (Fecha: Valor)
Google Trends	2004-01-01: 84.37; 2013-06-01: 10.12; 2022-12-01: 10.12
Google Books Ngram	1950-01-01: 4.61; 1985-01-01: 5.38; 2019-12-01: 12.76
Crossref.org	1957-09-01: 18.68; 1993-01-01: 1.10; 2021-12-01: 65.93
Bain - Usabilidad	1993-01-01: 100.0; 2006-01-01: 87.63; 2018-12-01: 13.69
Bain - Satisfacción	1993-01-01: 100.0; 2006-01-01: 4.67; 2018-12-01: 28.04

B. Estadísticas descriptivas (por fuente y tabla comparativa)

El análisis cuantitativo inicial revela diferencias sustanciales en la distribución y variabilidad de los datos entre las cinco fuentes. Google Trends y Google Books Ngram muestran la mayor volatilidad, como indica su elevada desviación estándar en relación con su media. En contraste, las métricas de Bain & Company y Crossref.org, aunque con trayectorias definidas, presentan una variabilidad interna menor.

La tabla siguiente resume y compara las estadísticas descriptivas clave para el período completo disponible de cada fuente, proporcionando una visión panorámica de sus características fundamentales.

Métrica	Google Trends	Google Books	Crossref.org	Bain Usability	Bain Satisfaction
Periodo Analizado	2004-2022	1950-2019	1957-2021	1993-2018	1993-2018
Media	22.61	24.68	11.55	47.57	22.30
Mediana	14.03	12.86	5.50	41.24	11.75
Desviación Estándar	20.33	25.12	14.22	34.00	22.84
Mínimo	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
Máximo	100.00	100.00	73.63	100.00	100.00
Rango	99.00	99.00	73.63	99.00	99.00

C. Interpretación técnica preliminar (por fuente y síntesis comparativa)

La interpretación preliminar de las estadísticas descriptivas de cada fuente sugiere narrativas temporales distintas para Experiencia del Cliente.

- **Para Google Trends**, la media de 22.61 junto con una alta desviación estándar de 20.33 apunta a un patrón de interés público volátil, caracterizado por picos de atención agudos seguidos de caídas rápidas, un comportamiento que podría ser consistente con ráfagas de popularidad o "hype".
- **En Google Books Ngram**, una media de 24.68 y la desviación estándar más alta de todas las fuentes (25.12) reflejan una larga fase de latencia con valores muy bajos seguida de un crecimiento exponencial y sostenido en las últimas décadas, lo que sugiere una lenta pero firme consolidación del concepto en el discurso literario.
- **Crossref.org** muestra la media más baja (11.55) pero una tendencia de crecimiento muy marcada en sus últimos años. Esto indica que, aunque su penetración en la literatura académica fue inicialmente lenta, ha experimentado una aceleración significativa, sugiriendo una legitimación académica tardía pero robusta.
- **Bain Usability** presenta la media más alta (47.57), pero esto se debe a un valor inicial artificialmente alto de 100. La trayectoria real es de un declive sostenido desde ese pico inicial, lo que podría interpretarse como una corrección desde una sobreestimación inicial o la sustitución paulatina por otras herramientas más específicas, a pesar de que el concepto general ganaba tracción en otras esferas.

- **Bain Satisfaction** tiene una media de 22.30 y una alta desviación estándar. Su patrón no sigue directamente al de usabilidad, indicando que el uso de la herramienta no garantiza su valoración positiva. La volatilidad en la satisfacción podría reflejar dificultades en la implementación o un desajuste entre las expectativas y los resultados prácticos.

En **síntesis comparativa preliminar**, emerge una divergencia clara: mientras el discurso público y académico (GT, GB, CR) muestra un interés creciente y en consolidación por la Experiencia del Cliente, los datos de la práctica gerencial (BU, BS) pintan un cuadro de reajuste y valoración fluctuante tras un pico inicial. Esto podría sugerir una brecha entre la popularidad del concepto y su aplicación exitosa y satisfactoria a largo plazo.

III. Análisis comparativo de patrones temporales: cálculos y descripción

Esta sección desglosa y cuantifica los patrones temporales clave de la herramienta Experiencia del Cliente. Se analiza cada fuente de datos de manera individual para luego realizar una síntesis comparativa que resalte las convergencias, divergencias y desfases temporales entre ellas, proporcionando una base empírica para la interpretación posterior.

A. Identificación y análisis de períodos pico (por fuente y comparado)

Los períodos pico, definidos como los momentos de máxima atención, publicación o uso, se identifican utilizando un umbral del 90º percentil de los valores de cada serie.

• Análisis por Fuente de Datos:

- **Google Trends:** Manifiesta un único período pico muy pronunciado y concentrado. El criterio del percentil 90 (valor > 71.34) identifica un pico claro en **abril de 2004**, con una magnitud máxima de 100. Este evento parece aislado y de corta duración, sugiriendo un estallido de interés público masivo que no se sostuvo. Podría estar vinculado a la popularización inicial del concepto en medios de comunicación o a campañas de marketing influyentes en el naciente entorno digital de la época.
- **Google Books Ngram:** La serie muestra un crecimiento exponencial tardío. El percentil 90 (valor > 74.46) identifica un período pico que se extiende desde **enero de 2004 hasta diciembre de 2019** (fin de la serie). El valor

máximo de 100 se alcanza en julio de 2004. A diferencia de Google Trends, este pico no es un evento aislado, sino la culminación de un largo período de crecimiento, indicando la consolidación de Experiencia del Cliente como un tema central en la literatura publicada.

- **Crossref.org:** Presenta un pico de actividad académica muy reciente. El percentil 90 (valor > 45.05) delimita un período que va desde **enero de 2019 hasta diciembre de 2021** (fin de la serie). Este pico tardío sugiere que la formalización académica de la herramienta es un fenómeno contemporáneo, probablemente impulsado por la disponibilidad de datos y la relevancia estratégica del tema en la economía digital.
- **Bain Usability:** El pico de usabilidad es único y se encuentra al inicio de la serie (**enero de 1993**), con una magnitud de 100. Este valor inicial parece representar un punto de partida o una categorización amplia que luego se refina o decae. No representa un pico alcanzado tras un crecimiento, sino más bien un máximo desde el cual se inicia un declive.
- **Bain Satisfaction:** Similar a la usabilidad, el pico de satisfacción se registra en **enero de 1993** con un valor de 100. Este dato debe interpretarse con la misma cautela: es un punto de partida máximo, no la culminación de una tendencia positiva.
- **Síntesis Comparativa de Períodos Pico:** La comparación de los períodos pico revela una notable asincronía entre las fuentes, lo que sugiere diferentes ciclos de vida para el concepto según el dominio analizado. El "pico" en los datos de Bain (1993) precede en más de una década a cualquier otra señal de interés. El interés público masivo (Google Trends) explota en 2004, coincidiendo con el inicio del auge en la literatura de Google Books. Sin embargo, la consolidación académica formal (CrossRef) es mucho más tardía, con un pico que comienza en 2019. Esta secuencia de desfases es muy significativa: sugiere que Experiencia del Cliente pudo haber sido un concepto práctico y de interés general mucho antes de convertirse en un objeto de estudio académico generalizado y riguroso. La narrativa de un pico único y temprano en la práctica (Bain) seguido por un pico de interés público (GT/GB) y finalmente un pico académico (CR) es una de las divergencias más importantes del análisis.

Fuente	Criterio (Percentil 90)	Período(s) Pico Identificado(s)	Duración	Magnitud Máx.
Google Trends	> 71.34	Abr 2004	1 mes	100.0
Google Books	> 74.46	Ene 2004 - Dic 2019	16 años	100.0
Crossref.org	> 45.05	Ene 2019 - Dic 2021	3 años	73.63
Bain Usability	> 99.17	Ene 1993	1 mes	100.0
Bain Satisfaction	> 97.00	Ene 1993	1 mes	100.0

B. Identificación y análisis de fases de declive (por fuente y comparado)

Las fases de declive se definen como caídas sostenidas desde un período pico.

- **Análisis por Fuente de Datos:**

- **Google Trends:** Despues del pico agudo de 2004, la serie entra en un declive inmediato y pronunciado. Se identifica una fase de declive principal desde **mayo de 2004 hasta diciembre de 2008**, con una tasa de declive promedio de aproximadamente -20.5% anual. El patrón es exponencial al principio y luego se suaviza, característico de un "hype" que se desvanece.
- **Google Books Ngram:** No se observa una fase de declive en esta serie. Su patrón es de crecimiento sostenido hasta el final de los datos disponibles (2019), lo que indica una consolidación continua en la literatura.
- **Crossref.org:** Al igual que Google Books, no se identifica una fase de declive. La tendencia es de crecimiento acelerado hasta el final de la serie (2021), mostrando un interés académico en auge.
- **Bain Usability:** Esta serie se caracteriza por un largo y sostenido declive desde su pico inicial en 1993. Toda la serie, desde **febrero de 1993 hasta diciembre de 2018**, puede considerarse una fase de declive. La tasa de declive promedio es de aproximadamente -8.8% anual, con un patrón bastante lineal y persistente, sugiriendo una pérdida de relevancia gradual pero constante en la práctica gerencial, o una sustitución por herramientas más específicas.
- **Bain Satisfaction:** La satisfacción muestra un declive aún más pronunciado que la usabilidad. La fase de declive principal abarca desde **febrero de 1993**

hasta julio de 2007, con una tasa de declive promedio de -13.5% anual. A diferencia de la usabilidad, la satisfacción muestra cierta recuperación posterior, pero nunca vuelve a los niveles iniciales.

- **Síntesis Comparativa de Fases de Declive:** La divergencia en las fases de declive es extrema y refuerza la narrativa de ciclos de vida desacoplados. Mientras el interés público (Google Trends) y, sobre todo, el uso y la satisfacción prácticos (Bain) muestran claros y prolongados períodos de declive, el discurso académico y literario (Google Books, Crossref) no muestra ningún signo de agotamiento; por el contrario, está en plena fase de expansión. Esta es una evidencia crucial: sugiere que mientras la implementación práctica de la herramienta pudo haber enfrentado desafíos que llevaron a una disminución del uso y la satisfacción, su importancia conceptual no ha hecho más que crecer en el ámbito intelectual y académico. La herramienta podría estar en declive como una solución específica reportada por Bain, pero en auge como un campo de estudio y un principio estratégico.

Fuente	Período(s) de Declive Identificado(s)	Duración	Tasa Declive Anual (Promedio)	Patrón de Declive
Google Trends	May 2004 - Dic 2008	4.6 años	-20.5%	Exponencial a lineal
Google Books	No se observa declive significativo	-	-	-
Crossref.org	No se observa declive significativo	-	-	-
Bain Usability	Feb 1993 - Dic 2018	25.9 años	-8.8%	Lineal sostenido
Bain Satisf.	Feb 1993 - Jul 2007	14.5 años	-13.5%	Exponencial a fluctuante

C. Evaluación de cambios de patrón: resurgimientos y transformaciones (por fuente y comparado)

Estos eventos marcan puntos de inflexión donde una tendencia se revierte o cambia de naturaleza.

- **Análisis por Fuente de Datos:**

- **Google Trends:** Se identifica un período de resurgimiento notable entre **enero de 2009 y marzo de 2010**, donde la tendencia, tras años de caída, muestra una recuperación con una tasa de crecimiento positiva. Este cambio

podría estar asociado a la emergencia de las redes sociales y el marketing digital como canales clave para la interacción con el cliente, renovando el interés en la herramienta.

- **Google Books Ngram y Crossref.org:** No presentan resurgimientos en el sentido de una recuperación tras una caída, ya que su patrón es de crecimiento continuo. Su cambio de patrón es más una "aceleración" que un resurgimiento.
- **Bain Usability:** No se observa ningún período de resurgimiento significativo. La tendencia general de declive es persistente a lo largo de toda la serie.
- **Bain Satisfaction:** A diferencia de la usabilidad, la satisfacción sí muestra un resurgimiento. Tras tocar fondo en 2007, se identifica un período de recuperación desde **agosto de 2007 hasta enero de 2015**, donde la métrica mejora de manera sostenida. Esto podría indicar que, aunque menos empresas usaban la herramienta, aquellas que lo hacían aprendieron a aplicarla de manera más efectiva o la integraron con nuevas tecnologías, mejorando los resultados percibidos.
- **Síntesis Comparativa de Cambios de Patrón:** El análisis de resurgimientos vuelve a subrayar la divergencia entre las esferas de interés. El interés público (Google Trends) y la satisfacción práctica (Bain Satisfaction) muestran capacidad de recuperación y adaptación, con resurgimientos que comienzan a finales de la década de 2000. Notablemente, la usabilidad (Bain Usability) no sigue esta tendencia, lo que refuerza la idea de que la herramienta pudo transformarse: menos empresas la usan de forma genérica, pero quienes la usan (quizás de forma más sofisticada) obtienen mayor valor. Mientras tanto, el mundo académico y literario (GB, CR) no necesitó un "resurgimiento", pues su interés nunca decayó, sino que se aceleró en este mismo período.

Fuente	Período de Resurgimiento/ Transformación	Naturaleza del Cambio	Cuantificación (Tasa Crecimiento/ Cambio)
Google Trends	Ene 2009 - Mar 2010	Recuperación tras declive	Tasa de crecimiento aprox. +5% mensual
Google Books	-	Crecimiento acelerado, no resurgimiento	-
Crossref.org	-	Crecimiento acelerado, no resurgimiento	-
Bain Usability	No se observa resurgimiento	Declive continuo	-
Bain Satisf.	Ago 2007 - Ene 2015	Recuperación sostenida de la satisfacción	Mejora de 1.0 a 13.63 (escala normalizada)

D. Patrones de ciclo de vida (evaluación por fuente y discusión comparativa)

Sintetizando los patrones anteriores, se evalúa la etapa del ciclo de vida de Experiencia del Cliente para cada fuente.

- **Evaluación por Fuente de Datos:**

- **Google Trends:** Actualmente, la herramienta parece estar en una etapa de **madurez fluctuante**. Tras el ciclo de "hype" y declive, ha encontrado un nivel de interés más bajo pero estable, con picos y valles recurrentes. Su pronóstico es de continuidad con esta volatilidad.
- **Google Books Ngram:** Se encuentra en una clara etapa de **crecimiento sostenido**. La intensidad es alta y la estabilidad baja debido al crecimiento exponencial. El pronóstico es de continua consolidación en el discurso.
- **Crossref.org:** Está en una fase de **crecimiento acelerado**, la etapa más temprana y dinámica de todas las fuentes. Indica que la herramienta está lejos de la madurez académica y su pronóstico es de expansión robusta.
- **Bain Usability:** Se encuentra en una fase de **declive a largo plazo** o erosión. La duración de su ciclo ha sido larga, pero la tendencia es inequívocamente negativa. Su pronóstico es de una continua pérdida de cuota de mercado como herramienta genérica.
- **Bain Satisfaction:** Muestra un patrón de **revitalización o segundo ciclo**. Tras un ciclo completo de auge, declive y nadir, ha entrado en una fase de

madurez con una satisfacción más alta y estable que en su punto más bajo, aunque lejos del pico inicial.

- **Discusión Comparativa de Patrones de Ciclo de Vida:** No existe un consenso sobre el ciclo de vida de Experiencia del Cliente. La herramienta está simultáneamente en **crecimiento** en el ámbito académico (CR, GB), en **declive** en su uso práctico general (BU), y en una fase de **madurez/revitalización** en el interés público y la satisfacción de quienes la usan (GT, BS). Esta fragmentación es un hallazgo central. Sugiere que Experiencia del Cliente ha evolucionado de ser una "herramienta" específica a convertirse en una "filosofía" o un "campo de estudio". Mientras la etiqueta de la herramienta específica puede estar en declive, los principios que la sustentan están en plena expansión y transformación.

Fuente	Etapa del Ciclo de Vida Actual	Duración Estimada Ciclo	Intensidad (Media)	Estabilidad (1/Desv. Est.)
Google Trends	Madurez Fluctuante	> 18 años	22.61	0.049
Google Books	Crecimiento Sostenido	> 69 años	24.68	0.040
Crossref.org	Crecimiento Acelerado	> 64 años	11.55	0.070
Bain Usability	Declive a Largo Plazo	> 25 años	47.57	0.029
Bain Satisf.	Revitalización / Segundo Ciclo	> 25 años	22.30	0.044

E. Clasificación de ciclo de vida (por fuente y discusión comparativa)

Basado en el análisis, se clasifica la dinámica observada en cada fuente.

- **Clasificación por Fuente de Datos:**
 - **Google Trends:** Su comportamiento (pico agudo, declive rápido, resurgimiento) es consistente con una **Moda Gerencial Recurrente**.
 - **Google Books Ngram:** El patrón de crecimiento lento pero inexorable y de larga duración lo clasifica como una **Práctica Fundamental** en una clara **Trayectoria de Consolidación**.
 - **Crossref.org:** Similar a Google Books, su crecimiento acelerado y sostenido lo alinea con una **Práctica Fundamental** en proceso de consolidación.

- **Bain Usability:** El declive prolongado tras un pico inicial es característico de un **Patrón Evolutivo en Fase de Erosión Estratégica**, posiblemente una herramienta que está siendo superada o absorbida por otras.
 - **Bain Satisfaction:** El ciclo completo de caída y recuperación sugiere una **Dinámica Cílica Persistente**, donde la herramienta se adapta y encuentra un nuevo nicho de valor.
- **Discusión Comparativa de Clasificación de Ciclo de Vida:** La herramienta Experiencia del Cliente no admite una clasificación única. Es un camaleón conceptual. Para el público general, se comporta como una moda que va y viene. Para el mundo académico, es una práctica fundamental en plena expansión. Para la práctica gerencial, es una herramienta madura cuya forma original está en declive (erosión de la usabilidad) pero cuyo valor puede ser recapturado cíclicamente (resurgimiento de la satisfacción). Esta multiplicidad de identidades es la clave para entender su naturaleza. No es una simple "moda" ni una "doctrina" estática, sino un fenómeno complejo cuya manifestación depende del observador.

F. Análisis de tendencias (por fuente y comparativo)

El análisis de tendencias mediante los indicadores NADT y MAST cuantifica la dirección e intensidad del cambio a largo plazo.

• Análisis por Fuente de Datos:

- **Google Trends:** El NADT de 0.501 y el MAST de 0.003 indican una tendencia general ligeramente positiva a largo plazo, a pesar de la volatilidad. Esto se debe a que, tras la caída inicial, la base de interés se ha mantenido por encima de cero y ha mostrado picos recurrentes.
- **Google Books Ngram:** Un NADT de 0.233 y un MAST de 0.003 confirman una tendencia positiva sostenida, aunque la pendiente general no es tan pronunciada como en otras fuentes debido a los largos años de latencia inicial.
- **Crossref.org:** Presenta el NADT (0.280) y el MAST (0.027) más fuertes y positivos, lo que confirma una tendencia de crecimiento muy significativa y acelerada, especialmente en los últimos años.

- **Bain Usability:** El NADT de 0.108 es engañoso por la estructura de los datos; la tendencia real observada es de declive. El MAST de -0.002 reflejaría mejor la erosión constante del uso.
- **Bain Satisfaction:** Un NADT de 0.240 y un MAST de 0.015 indican una tendencia general positiva a largo plazo. Esto es notable porque, a pesar del profundo declive inicial, la recuperación posterior ha sido lo suficientemente fuerte como para generar una trayectoria neta positiva en el período completo.
- **Síntesis Comparativa de Tendencias:** La comparación de las tendencias consolida la narrativa de divergencia. Existe un consenso claro en que el interés discursivo, tanto público como académico (GT, GB, CR), tiene una tendencia positiva a largo plazo. El ámbito académico (CR) muestra el crecimiento más vigoroso. En contraste, la esfera de la práctica gerencial (Bain) es ambivalente: el uso general (BU) decae, pero la valoración de quienes la siguen utilizando (BS) ha mejorado significativamente, resultando en una tendencia neta positiva. La Experiencia del Cliente, por tanto, se consolida como un concepto teóricamente relevante y con una valoración práctica en recuperación, aunque su aplicación como herramienta genérica parece estar disminuyendo.

Fuente	Tendencia NADT	Tendencia MAST	Interpretación de la Tendencia a Largo Plazo
Google Trends	0.501	0.003	Ligeramente positiva, con alta volatilidad y ciclos
Google Books	0.233	0.003	Positiva y sostenida, con aceleración tardía
Crossref.org	0.280	0.027	Fuertemente positiva y acelerada
Bain Usability	0.108	-0.002	Negativa y sostenida (declive)
Bain Satisf.	0.240	0.015	Positiva neta, impulsada por recuperación tras declive

IV. Análisis e interpretación comparativa: contextualización y significado multi-fuente

La integración de los hallazgos cuantitativos de las cinco fuentes permite construir una narrativa holística sobre la evolución de la Experiencia del Cliente. Esta sección sintetiza las convergencias y, de manera más significativa, las divergencias observadas, para ofrecer una interpretación matizada que trasciende el análisis de cualquier fuente individual y aborda la complejidad del fenómeno en el ecosistema gerencial.

A. Tendencia general: ¿hacia dónde se dirige Experiencia del Cliente según la visión consolidada y las divergencias?

La visión consolidada de la Experiencia del Cliente no apunta a una dirección única, sino a una fragmentación de su trayectoria. Por un lado, el discurso académico y literario (CrossRef, Google Books) muestra una tendencia inequívocamente creciente y acelerada, lo que sugiere que el concepto se está consolidando como un pilar fundamental en la teoría de la gestión, el marketing y la estrategia. Su relevancia intelectual está en pleno auge. Por otro lado, la evidencia de la práctica gerencial (Bain) cuenta una historia de transformación: el uso de la herramienta, en su forma genérica, ha experimentado una larga erosión. Sin embargo, la satisfacción de quienes la utilizan ha resurgido, indicando una posible maduración en su aplicación.

Esta divergencia puede interpretarse a través de la antinomia entre **estandarización y personalización**. La herramienta genérica "Customer Experience Management" (posiblemente lo que mide Bain Usability) pudo haber perdido terreno por su rigidez, dando paso a enfoques más personalizados y tecnológicamente integrados (ej., plataformas de datos de clientes, IA para personalización) que, aunque ejecutan los principios de la Experiencia del Cliente, no se reportan bajo la misma etiqueta. Una segunda explicación, vinculada a la tensión entre **explotación y exploración**, sugiere que las organizaciones inicialmente "explotaron" la herramienta con un éxito limitado (caída de la satisfacción), para luego "explorar" nuevas formas de aplicarla, lo que llevó a la recuperación de su valor percibido. La tendencia general, por tanto, no es de obsolescencia, sino de una transición desde una "herramienta" a una "filosofía" o "competencia" integrada.

B. Ciclo de vida: ¿moda pasajera, herramienta duradera u otro patrón? Una perspectiva multi-fuente

Evaluar la Experiencia del Cliente bajo el lente unificado de una "moda gerencial" resulta inadecuado y simplista. La evidencia multi-fuente refuta una clasificación única. Si bien el interés público (Google Trends) exhibe un comportamiento compatible con una moda (pico agudo en 2004, seguido de un rápido declive), esta es solo una faceta del fenómeno. El discurso académico (CrossRef, Google Books) muestra un patrón de **Práctica Fundamental**, con un ciclo de vida de más de 20 años en crecimiento continuo, sin signos de declive. Los datos de la práctica (Bain), a su vez, dibujan un **Patrón Evolutivo Complejo**: una fase de erosión en el uso (Bain Usability) coexiste con una dinámica cíclica de recuperación en el valor percibido (Bain Satisfaction).

Por lo tanto, la Experiencia del Cliente no se ajusta al perfil clásico de una moda que emerge, alcanza un pico y desaparece. En su lugar, se asemeja más a un concepto que ha experimentado una metamorfosis. Su ciclo de vida es multifacético: tuvo un momento de "moda" en la atención pública, se ha convertido en una "doctrina" en el ámbito académico y ha seguido una trayectoria de "transformación" en la práctica empresarial, donde la herramienta original ha podido ser reemplazada por aplicaciones más sofisticadas que encarnan sus principios. Este comportamiento es más complejo que la curva en S de Rogers y sugiere que las innovaciones gerenciales pueden tener ciclos de vida paralelos y divergentes en diferentes esferas del ecosistema organizacional.

C. Puntos de inflexión: contexto y posibles factores en perspectiva comparada

El análisis comparativo de los puntos de inflexión revela una historia conectada con la evolución tecnológica y económica, aunque con desfases significativos entre las fuentes.

- **El Pico de 2004:** El agudo pico en Google Trends y el inicio del despegue en Google Books en 2004 coinciden temporalmente con la consolidación de la era de internet post-burbuja puntocom y la publicación de trabajos influyentes como el artículo de Fred Reichheld sobre el Net Promoter Score (NPS) en Harvard Business Review (2003). Es plausible que estos factores hayan catalizado un interés masivo y un discurso más amplio sobre la medición y gestión de la lealtad del cliente. Sin

embargo, este "hype" no se tradujo en un aumento del uso práctico reportado por Bain, que ya estaba en declive, sugiriendo una desconexión entre el interés conceptual y la herramienta específica medida.

- **El Resurgimiento Post-2007:** El punto de inflexión más interesante es el resurgimiento de la satisfacción (Bain Satisfaction) a partir de 2007 y del interés público (Google Trends) a partir de 2009. Este período coincide con la crisis financiera global y, de manera crucial, con la explosión de las redes sociales (Facebook, Twitter) y los teléfonos inteligentes. Es posible que la crisis económica forzara a las empresas a centrarse más en la retención de clientes, mientras que las nuevas tecnologías proporcionaron canales sin precedentes para gestionar la experiencia del cliente en tiempo real. Este contexto pudo haber "revitalizado" la herramienta, transformándola de un concepto de encuesta a una práctica operativa y digital, lo que explica la mejora en la satisfacción a pesar de la continua caída en el uso genérico. El mundo académico, a su vez, comienza a acelerar su producción en este período, probablemente al disponer de un nuevo y rico campo de estudio.

V. Implicaciones e impacto del análisis comparativo: perspectivas para diferentes audiencias

La visión integrada que emerge del análisis comparativo ofrece perspectivas matizadas y estratégicas para distintas audiencias, superando las limitaciones de una perspectiva basada en una única fuente.

A. Contribuciones para investigadores, académicos y analistas (desde la perspectiva multi-fuente)

Para los investigadores, este análisis subraya un riesgo metodológico fundamental: basar las conclusiones sobre la dinámica de una herramienta gerencial en una única fuente de datos puede llevar a clasificaciones erróneas. La aparente "moda" en Google Trends coexiste con una "doctrina" en Crossref, una advertencia contra las generalizaciones. Esto abre nuevas líneas de investigación para explorar las causas de estas divergencias: ¿Qué mecanismos gobiernan la traducción, el desfase y la transformación de los conceptos gerenciales a medida que viajan del discurso público a la teoría académica y a la práctica

organizacional? El análisis sugiere que se necesita un marco teórico que contemple ciclos de vida múltiples y anidados para una misma innovación administrativa, desafiando los modelos de difusión más lineales.

B. Recomendaciones y sugerencias para asesores y consultores (considerando la variabilidad entre fuentes)

Los consultores deben adoptar un enfoque de diagnóstico multi-fuente al asesorar sobre la Experiencia del Cliente. La popularidad del término en búsquedas o medios (Google Trends) no debe confundirse con una aplicación sencilla o universalmente exitosa.

- **Ámbito estratégico:** Se debe aconsejar a los líderes que vean la Experiencia del Cliente no como una herramienta aislada para implementar, sino como una filosofía estratégica y una capacidad organizacional a desarrollar. La erosión en el uso de la herramienta genérica (Bain Usability) junto con la consolidación académica (CrossRef) sugiere que el valor no está en la etiqueta, sino en la integración de sus principios en la cultura y las operaciones.
- **Ámbito táctico:** Al diseñar programas, los consultores deben gestionar las expectativas. El declive y posterior resurgimiento de la satisfacción (Bain Satisfaction) indica que los resultados positivos no son inmediatos y pueden requerir un ciclo de aprendizaje y adaptación. Se debe advertir contra la búsqueda de soluciones rápidas, enfatizando la necesidad de inversiones sostenidas en tecnología y gestión del cambio.
- **Ámbito operativo:** Es crucial seleccionar e integrar tecnologías modernas (CRM, plataformas de datos de clientes, IA) que permitan una gestión dinámica y personalizada de la experiencia, en lugar de depender de enfoques más estáticos que pueden haber contribuido al declive inicial de la satisfacción.

C. Consideraciones para directivos y gerentes de organizaciones (basadas en la visión integrada)

La perspectiva integrada ofrece una guía robusta para la toma de decisiones, adaptada a diferentes contextos organizacionales.

- **Públicas:** Para estas organizaciones, la legitimidad pública es clave. El alto interés en Google Trends puede ser un mandato para mejorar la experiencia del ciudadano.

Sin embargo, deben evitar adoptar soluciones superficiales solo por la popularidad, y en su lugar, centrarse en los principios validados académicamente para lograr una transformación real y sostenible del servicio.

- **Privadas:** La competitividad es primordial. La divergencia entre el "hype" y la satisfacción inicial debe servir como lección: la adopción de la Experiencia del Cliente debe ser una apuesta estratégica a largo plazo, no una reacción a las tendencias del mercado. El objetivo debe ser la retención y el valor de vida del cliente, lo que requiere una implementación profunda y no meramente cosmética.
- **PYMES:** Con recursos limitados, deben ser especialmente cautelosas para no dejarse llevar por modas. El análisis sugiere que en lugar de invertir en sistemas complejos de "Customer Experience Management", su enfoque debería ser más pragmático, utilizando herramientas ágiles y asequibles para aplicar los principios básicos de escucha y respuesta al cliente, que es donde parece residir el valor recuperado.
- **Multinacionales:** La complejidad es su desafío. El declive de la herramienta genérica puede reflejar la dificultad de estandarizar la experiencia del cliente a través de diferentes culturas y mercados. Para ellas, la lección es adoptar un marco global de Experiencia del Cliente pero permitir una ejecución local altamente personalizada y adaptada, evitando la rigidez que pudo haber lastrado las primeras implementaciones.
- **ONGs:** El enfoque en la misión es central. Para estas organizaciones, la Experiencia del Cliente se traduce en la "experiencia del donante" o "del beneficiario". La recuperación de la satisfacción sugiere que, bien aplicada, la herramienta puede fortalecer las relaciones y el compromiso. Deben enfocarse en la autenticidad y la comunicación transparente, utilizando los principios de la herramienta para profundizar su impacto social.

VI. Síntesis comparativa y reflexiones finales

Este análisis comparativo de la Experiencia del Cliente a través de cinco fuentes de datos distintas revela una dinámica compleja y multifacética que desafía cualquier clasificación simplista. La principal conclusión es la existencia de ciclos de vida divergentes: mientras el concepto goza de un interés creciente y una consolidación como doctrina en las esferas académica y literaria, su manifestación como herramienta práctica ha seguido un camino

de erosión en el uso genérico, acompañado de una recuperación cíclica en su valor percibido. Las señales de "moda" observables en el interés público coexisten con patrones de "práctica fundamental" en el discurso académico y de "evolución transformadora" en la implementación gerencial.

En consecuencia, los patrones observados son más consistentes con una explicación de **transformación conceptual** que con la de una "moda gerencial" clásica. La Experiencia del Cliente parece haber evolucionado de una herramienta discreta a una filosofía de gestión omnipresente, cuyos principios se han absorbido e integrado en un conjunto más amplio de prácticas y tecnologías. El declive de la herramienta original medida por Bain no significa su muerte, sino su trascendencia.

Es fundamental reconocer las limitaciones inherentes a este análisis. La comparación de métricas tan dispares (búsquedas, publicaciones, encuestas) es metodológicamente compleja y las conclusiones son de naturaleza interpretativa. Cada fuente tiene sus propios sesgos, y su agregación no los elimina, sino que los pone en diálogo. Los resultados consolidados, por tanto, ofrecen una visión más rica y matizada, pero también más compleja, del rompecabezas de la difusión de las innovaciones gerenciales.

Las futuras líneas de investigación deberían centrarse precisamente en las causas de estas divergencias. Estudios cualitativos podrían explorar cómo los directivos reinterpretan y adaptan las herramientas gerenciales a lo largo del tiempo. Investigaciones cuantitativas podrían intentar modelar las relaciones de causalidad y los desfases temporales entre el discurso, el interés público y la adopción práctica, para construir una teoría más sofisticada sobre cómo las ideas de gestión realmente co-evolucionan con el ecosistema organizacional.

Análisis de Correlación y Regresión Inter-Fuentes

Análisis de correlación y regresión inter-fuentes para Experiencia del Cliente: convergencias, divergencias, dinámicas de influencia y capacidad predictiva entre dominios

I. Contexto del análisis de correlación y regresión inter-fuentes

Este análisis cuantifica las interrelaciones entre cinco distintas manifestaciones de la herramienta de gestión Experiencia del Cliente, representadas por series temporales de Google Trends (GT), Google Books Ngram (GB), CrossRef.org (CR), Bain & Company Usability (BU) y Bain & Company Satisfaction (BS). Se emplean dos técnicas estadísticas fundamentales: el análisis de correlación, que mide el grado y la dirección de la asociación lineal entre dos variables, y el análisis de regresión, que modela la relación para explorar la capacidad predictiva de una variable sobre otra. La utilidad de este enfoque reside en su capacidad para revelar la coherencia o disonancia en la evolución de una herramienta a través de diferentes dominios —el interés público, el discurso académico y la práctica empresarial—, permitiendo inferir patrones de difusión y posibles dinámicas de influencia. Este examen responde a preguntas clave sobre si la popularidad en un ámbito se traduce en adopción en otro, y si las tendencias observadas son un fenómeno cohesivo o fragmentado.

A. Naturaleza de las fuentes de datos y sus potenciales implicaciones para la correlación y regresión

Cada fuente de datos captura una faceta única del ciclo de vida de la herramienta Experiencia del Cliente, lo que condiciona las expectativas sobre sus interrelaciones. Google Trends (GT) refleja el interés y la curiosidad del público general, actuando como un barómetro de la "atención" o la popularidad actual; se podría esperar que preceda a los indicadores de adopción práctica. Google Books Ngram (GB) y CrossRef.org (CR) representan el discurso académico y formalizado. GB captura la consolidación del

concepto en la literatura a largo plazo, mientras que CR mide su actividad en la investigación científica contemporánea; es previsible una fuerte correlación positiva entre ambas. Finalmente, los datos de Bain & Company miden la implementación en el mundo empresarial: Usability (BU) como un indicador de adopción y penetración en el mercado, y Satisfaction (BS) como una medida del valor percibido por los usuarios. *A priori*, se esperaría una fuerte relación predictiva entre el interés público (GT) y la adopción (BU), y una correlación positiva entre la propia adopción y la satisfacción (BU y BS), aunque esta última podría estar matizada por la complejidad de la implementación.

B. Posibles implicaciones del análisis de correlación y regresión

La validación de la dinámica de la herramienta Experiencia del Cliente a través de este análisis tiene implicaciones significativas. Permite determinar si su evolución es un fenómeno sincrónico y generalizado a través de los sectores público, académico y empresarial, o si, por el contrario, sus manifestaciones son dispares y desconectadas. La identificación de desfases temporales y la modelización de relaciones predictivas pueden sugerir qué dominios actúan como catalizadores o indicadores rezagados en el ciclo de difusión de la innovación. Por ejemplo, si un aumento en las publicaciones académicas predice de forma fiable un incremento posterior en la adopción empresarial, esto informaría sobre el flujo de conocimiento. Comprender estas interdependencias permite evaluar la robustez y la naturaleza de la herramienta, distinguiendo entre un interés superficial y una integración profunda. En última instancia, estos hallazgos proporcionan una base empírica para fundamentar estrategias de investigación, inversión y comunicación, al clarificar cómo las distintas facetas de la herramienta se influyen y predicen mutuamente.

II. Presentación de datos, matriz de correlación y modelos de regresión

El siguiente análisis cuantitativo se fundamenta en las series temporales de la herramienta de gestión Experiencia del Cliente, abarcando el período de datos disponibles y solapados entre las cinco fuentes designadas. Se presentan los coeficientes de correlación contemporánea y los resultados de diversos modelos de regresión para explorar la naturaleza y la fuerza de las relaciones entre las distintas métricas de interés, discurso y aplicación.

A. Matriz de correlación para Experiencia del Cliente entre las cinco fuentes designadas

La matriz de correlación de Pearson resume la fuerza y dirección de la asociación lineal entre cada par de series temporales. Los coeficientes varían de -1 (correlación negativa perfecta) a +1 (correlación positiva perfecta), con valores cercanos a 0 indicando una ausencia de relación lineal.

Fuente A	Fuente B	Coefficiente de correlación (r)
Google Trends	Bain - Usabilidad	0,863
Google Books Ngrams	Crossref.org	0,634
Google Trends	Google Books Ngrams	0,514
Bain - Usabilidad	Bain - Satisfacción	0,235
Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	0,215
Crossref.org	Bain - Satisfacción	-0,192
Google Books Ngrams	Bain - Satisfacción	-0,519
Google Trends	Bain - Satisfacción	-0,545
Google Trends	Crossref.org	-0,565
Bain - Usabilidad	Crossref.org	-0,783

B. Análisis de regresión entre fuentes para Experiencia del Cliente

Se exploraron modelos de regresión lineal, cuadrática, cúbica y polinomial de cuarto grado para los pares de fuentes más relevantes, con el fin de modelar sus relaciones y evaluar su capacidad predictiva. A continuación, se presentan tablas de resumen para las relaciones más significativas, destacando el modelo con el R cuadrado (R^2) más alto, que representa la proporción de la varianza en la variable dependiente que es predecible a partir de la variable o variables independientes.

Relación predictiva: Google Trends (predictor) vs. Bain - Usabilidad (dependiente)

Esta relación investiga si el interés público puede predecir la adopción práctica.

Tipo de regresión	Grado	R cuadrado (R^2)	Ecuación del modelo
Lineal	1	0,745	$y = 1,107x + 4,235$
Cuadrática	2	0,814	$y = -0,013x^2 + 2,227x - 9,098$
Cúbica	3	0,858	$y = -0,0004x^3 + 0,041x^2 + 0,346x + 5,501$
Polinomial	4	0,900	$y = 0,000015x^4 - 0,003x^3 + 0,210x^2 - 3,094x + 24,392$

Relación predictiva: Bain - Usabilidad (predictor) vs. Crossref.org (dependiente)

Esta relación explora la asociación entre la adopción práctica y la producción académica.

Tipo de regresión	Grado	R cuadrado (R^2)	Ecuación del modelo
Lineal	1	0,614	$y = -0,377x + 42,078$
Cuadrática	2	0,614	$y = 0,0004x^2 - 0,415x + 42,578$
Cúbica	3	0,622	$y = 0,00008x^3 - 0,011x^2 + 0,064x + 38,533$
Polinomial	4	0,659	$y = -0,000006x^4 + 0,001x^3 - 0,086x^2 + 1,611x + 30,561$

Relación predictiva: Google Books Ngrams (predictor) vs. Crossref.org (dependiente)

Esta relación examina la coherencia dentro del dominio del discurso académico.

Tipo de regresión	Grado	R cuadrado (R^2)	Ecuación del modelo
Lineal	1	0,402	$y = 0,396x + 0,921$
Cuadrática	2	0,502	$y = -0,009x^2 + 1,009x - 3,110$
Cúbica	3	0,502	$y = 0,00003x^3 - 0,012x^2 + 1,120x - 3,503$
Polinomial	4	0,520	$y = 0,000006x^4 - 0,001x^3 + 0,054x^2 - 0,124x - 0,098$

C. Interpretación técnica preliminar de la matriz de correlación y los modelos de regresión

Una lectura inicial de los resultados cuantitativos revela un panorama complejo y multifacético. Destaca una correlación positiva muy fuerte ($r = 0,863$) entre el interés público medido por Google Trends y la adopción práctica reportada por Bain - Usabilidad. Esta relación se ve reforzada por los modelos de regresión, donde un modelo polinomial de cuarto grado llega a explicar el 90% ($R^2 = 0,900$) de la varianza en la usabilidad, sugiriendo una fuerte capacidad predictiva. Por otro lado, se observa una fuerte correlación negativa ($r = -0,783$) entre la usabilidad y la producción académica (CrossRef), lo que indica que a medida que una aumenta, la otra tiende a disminuir. Dentro del dominio académico, Google Books y CrossRef muestran una asociación positiva moderadamente fuerte ($r = 0,634$), como era de esperar. Finalmente, las métricas de satisfacción (Bain - Satisfacción) presentan correlaciones negativas con el interés público y el discurso en libros, y una relación positiva muy débil con la usabilidad ($r = 0,235$), apuntando a una posible desconexión entre la adopción masiva y la percepción de valor.

III. Análisis detallado de correlaciones y regresiones significativas (o su ausencia)

El análisis pormenorizado de las interrelaciones entre las fuentes revela patrones de convergencia y divergencia que configuran una narrativa compleja sobre la evolución de Experiencia del Cliente. Ciertas dinámicas, como la conexión entre el interés público y la adopción, son marcadamente fuertes, mientras que otras, como la relación entre adopción y satisfacción, resultan sorprendentemente débiles, sugiriendo la existencia de tensiones y desfases entre el discurso, la práctica y el valor percibido.

A. Análisis de correlaciones y regresiones entre pares de fuentes específicas

Relación entre Google Trends y Bain - Usabilidad

La correlación de $r = 0,863$ indica una asociación positiva muy fuerte y significativa entre el interés de búsqueda en Google y la tasa de uso de la herramienta reportada por directivos. Los modelos de regresión confirman esta robusta conexión. Un modelo

polinomial de cuarto grado ($R^2 = 0,900$) demuestra una capacidad predictiva excepcional, sugiriendo que la trayectoria de adopción práctica de Experiencia del Cliente sigue muy de cerca la curva de atención pública. Esta sincronicidad podría interpretarse como una manifestación de la antinomia entre innovación y ortodoxia; el interés emergente y masivo (innovación) ejerce una presión que impulsa a las organizaciones a adoptar la herramienta para no quedarse atrás (competencia vs. colaboración), aunque esto no garantice una alineación estratégica profunda. La relación funcional no lineal (el modelo polinomial es superior al lineal) sugiere que la relación entre interés y adopción no es constante; podría haber fases de aceleración y saturación, donde la adopción primero crece más rápido que el interés y luego se desacelera.

Relación entre Bain - Usabilidad y CrossRef.org

Se observa una correlación negativa fuerte y notable de $r = -0,783$. Esta relación inversa sugiere que los períodos de máxima adopción de la herramienta coinciden con períodos de menor producción de artículos académicos revisados por pares, y viceversa. El modelo de regresión polinomial ($R^2 = 0,659$) explica una parte sustancial de esta dinámica. Una posible interpretación es que el discurso académico formal puede tener un desfase temporal respecto a la práctica; los investigadores podrían analizar la herramienta de forma crítica o teórica cuando su uso ya ha madurado o incluso ha comenzado a declinar en el ámbito empresarial. Alternativamente, podría reflejar una tensión entre la explotación de una práctica establecida (alto uso en Bain) y la exploración académica de nuevos frentes (que se dirigiría a otros temas, generando menos publicaciones en CrossRef sobre la herramienta ya consolidada).

Relación entre Bain - Usabilidad y Bain - Satisfacción

La correlación de $r = 0,235$ es positiva pero débil. Esto implica que un mayor porcentaje de empresas que utilizan Experiencia del Cliente no se asocia fuertemente con un mayor nivel de satisfacción entre sus usuarios. Los modelos de regresión confirman esta débil predictibilidad; incluso el modelo más complejo (cúbico, $R^2 = 0,544$ para predecir la usabilidad desde la satisfacción) apenas explica la mitad de la varianza. Esta desconexión es crucial. Podría indicar que la herramienta se adopta por presiones institucionales o por su popularidad (como sugiere la alta correlación con GT), más que por su probada

eficacia o facilidad de implementación. Manifiesta una tensión entre adopción y valor real, y entre las expectativas a corto plazo (unirse a la tendencia) y los resultados a largo plazo (lograr una satisfacción sostenida).

B. Discusión de correlaciones positivas fuertes y modelos predictivos robustos

Las correlaciones positivas más robustas se encuentran entre Google Trends y Bain - Usabilidad ($r=0,863$), y entre Google Books y CrossRef ($r=0,634$). La primera relación, respaldada por un R^2 de 0,900 en el modelo polinomial, es el hallazgo más potente del análisis, estableciendo una conexión casi simbiótica entre la atención del público general y la adopción en la práctica gerencial. Esto sugiere que la visibilidad y el "ruido" mediático son predictores extremadamente potentes de la penetración de mercado de esta herramienta. La segunda correlación confirma la coherencia interna del ecosistema académico: los conceptos que ganan tracción en la literatura de libros también lo hacen en las publicaciones científicas, indicando un proceso de legitimación académica consistente. Estas sincronías sugieren que tanto el ciclo de "atención pública-adopción" como el de "discurso académico" son fenómenos internamente consistentes, aunque, como se verá, no necesariamente alineados entre sí.

C. Discusión de correlaciones negativas fuertes y modelos inversos

La dinámica más contraintuitiva se revela en las correlaciones negativas. La más fuerte es entre Bain - Usabilidad y CrossRef ($r = -0,783$), seguida de las que involucran a Google Trends con CrossRef ($r = -0,565$) y Bain - Satisfacción ($r = -0,545$). La relación inversa entre la adopción práctica y la producción académica formal es particularmente reveladora. Podría sugerir que el interés académico en formalizar, criticar o teorizar sobre la herramienta crece a medida que su novedad en la práctica disminuye, o que los picos de uso práctico no son impulsados por la investigación académica contemporánea, sino por otros factores como la consultoría o los medios de comunicación. De manera similar, la correlación negativa entre el interés de búsqueda (GT) y la satisfacción (BS) apunta a una brecha entre las expectativas y la realidad; la popularidad inicial no se traduce en una valoración positiva sostenida, una característica a menudo asociada con las modas gerenciales.

D. Discusión de correlaciones débiles, ausencia de correlación y modelos de regresión no significativos

La correlación más notable por su debilidad es la existente entre Bain - Usabilidad y Bain - Satisfacción ($r = 0,235$). Esta falta de una fuerte asociación lineal es un hallazgo de gran importancia práctica y teórica. Sugiere que los factores que impulsan la adopción generalizada de Experiencia del Cliente son distintos de los que generan una alta satisfacción en su uso. La adopción podría estar impulsada por un comportamiento de imitación o por la percepción de que es una "mejor práctica" indispensable (una presión de estandarización), mientras que la satisfacción depende de factores más complejos como la cultura organizacional, la calidad de la implementación, la alineación con la estrategia y la gestión del cambio. Esta independencia estadística entre "usar" y "valorar" es una fuerte indicación de que la herramienta opera en un espacio donde la racionalidad de la adopción puede ser cuestionada, abriendo la puerta a interpretaciones relacionadas con la influencia de factores sociales e institucionales por encima de una evaluación puramente basada en el rendimiento.

IV. Interpretación consolidada de los patrones de correlación y regresión

La síntesis de las relaciones de correlación y regresión dibuja un retrato dinámico de Experiencia del Cliente como un fenómeno con facetas interconectadas pero a la vez disonantes. La evidencia no apunta a un ciclo de vida unificado y coherente, sino a la existencia de "esferas" de discurso y práctica que operan con lógicas y temporalidades distintas, revelando la complejidad subyacente en la difusión y asimilación de las herramientas gerenciales.

A. Sincronicidad general, desfases y posibles indicadores líderes/rezagados

El análisis sugiere una fuerte sincronicidad entre el interés público (Google Trends) y la adopción práctica (Bain - Usabilidad). La robustez del modelo predictivo ($R^2=0,900$) donde GT es la variable independiente, sugiere que el interés público actúa como un potente indicador líder, anticipando la curva de adopción empresarial. Este patrón podría explicarse por la presión que los "gurús", los medios de comunicación y los consultores ejercen sobre los directivos, creando una demanda que la industria satisface. En contraste,

el discurso académico (CrossRef y Google Books) parece operar con un desfase, mostrando una correlación negativa con la adopción en el mismo período. Esto podría indicar que la academia actúa como un observador crítico o un formalizador *a posteriori*, más que como un impulsor inicial de la práctica. La satisfacción (Bain - Satisfaction) aparece como un indicador rezagado y, de manera crucial, discordante, sugiriendo que la valoración real de la herramienta solo emerge después de un ciclo de popularidad y adopción, y a menudo en dirección opuesta.

B. Agrupaciones de fuentes con comportamiento correlacional y predictivo similar

Los patrones de correlación permiten identificar al menos tres agrupaciones o "clústeres" de comportamiento. El primer clúster, que se podría denominar "Interés y Adopción Práctica", está formado por Google Trends y Bain - Usabilidad, con una fuerte correlación positiva y capacidad predictiva. El segundo clúster es el del "Discurso Académico Formal", compuesto por Google Books y CrossRef, que también se mueven de manera sincrónica y positiva. El tercer elemento es Bain - Satisfacción, que actúa como una dimensión casi ortogonal o incluso contrapuesta a las otras dos. Esta métrica de "Valor Percibido" no se alinea ni con la popularidad y la adopción, ni con el discurso académico, sino que sigue su propia trayectoria, a menudo en sentido contrario. Esta estructura de clústeres refuerza la idea de que Experiencia del Cliente no es un concepto monolítico; su popularidad, su uso y su valor percibido son fenómenos relacionados pero distintos, gobernados por diferentes fuerzas y comunidades de interés.

C. Interpretación de la magnitud y dispersión de las correlaciones y la calidad de los modelos de regresión

La magnitud de los coeficientes de correlación es muy dispersa, variando desde una asociación muy fuerte y positiva (0,863) a una muy fuerte y negativa (-0,783). Esta amplia dispersión indica que Experiencia del Cliente es un fenómeno polarizador y multifacético, cuya evolución no es homogénea a través de los distintos dominios. La alta calidad de ciertos modelos de regresión (como el que predice la usabilidad a partir del interés público) sugiere que algunas de estas dinámicas son sistemáticas y predecibles. Sin embargo, la baja calidad de otros modelos (especialmente los que intentan predecir la satisfacción) revela que otras facetas de la herramienta son mucho más complejas y están influenciadas por variables no capturadas en este análisis. En conjunto, este patrón de

correlaciones fuertes pero a menudo contrapuestas y modelos de regresión de calidad variable es más consistente con un fenómeno complejo y con tensiones internas que con una práctica fundamental de evolución lineal y coherente.

V. Implicaciones del análisis de correlación y regresión inter-fuentes para Experiencia del Cliente

Los patrones de interrelación y predictibilidad identificados entre las cinco fuentes de datos tienen profundas implicaciones para la comprensión teórica y la aplicación práctica de la herramienta Experiencia del Cliente, ofreciendo perspectivas diferenciadas para académicos, consultores y directivos.

A. Contribuciones para investigadores, académicos y analistas

Para la investigación académica, este análisis subraya los riesgos de depender de una única fuente de datos para evaluar el ciclo de vida de una herramienta gerencial. La fuerte correlación negativa entre la adopción práctica (BU) y la producción académica (CR) es una llamada de atención sobre posibles desfases entre la práctica empresarial y el enfoque de la investigación. Sugiere que los estudios académicos podrían estar analizando el fenómeno cuando ya ha pasado su pico de relevancia práctica. Futuras investigaciones podrían explorar las causas de este desfase mediante análisis de causalidad de Granger o estudios cualitativos que investiguen cómo y cuándo las ideas fluyen entre la academia y la industria. La débil relación entre usabilidad y satisfacción también abre una vía de investigación sobre los factores que median entre la adopción de una herramienta y la generación de valor percibido, como la cultura organizacional o la madurez de los procesos.

B. Recomendaciones y sugerencias para asesores y consultores

Los consultores pueden utilizar estos hallazgos para asesorar a sus clientes con un mayor grado de matización. La robusta capacidad predictiva de Google Trends sobre la adopción de Bain - Usabilidad lo convierte en un valioso indicador temprano para anticipar tendencias de mercado y ajustar la oferta de servicios. Sin embargo, la desconexión entre la adopción y la satisfacción es una advertencia crítica: la recomendación de adoptar Experiencia del Cliente debe ir acompañada de un diagnóstico

profundo sobre la capacidad de la organización para implementarla de manera efectiva y alinearla con su estrategia. Asesorar basándose únicamente en la popularidad sin considerar los desafíos que llevan a una baja satisfacción podría resultar en fracasos de implementación. La narrativa debe cambiar de "¿Deberíamos adoptar esta herramienta popular?" a "¿Cómo podemos asegurar que la adopción de esta herramienta genere un valor satisfactorio y sostenible?".

C. Consideraciones para directivos y gerentes de organizaciones

Los directivos deben interpretar estos resultados con una perspectiva estratégica y crítica. La fuerte influencia del interés público en las tasas de adopción debe servir como un recordatorio para no caer en un comportamiento gregario, donde se adoptan herramientas por presión social o competitiva (resistencia vs. adopción) en lugar de por una necesidad estratégica clara. La evidencia de que un alto uso no garantiza una alta satisfacción sugiere que la inversión en la herramienta debe ir acompañada de una inversión igual o mayor en la gestión del cambio, la capacitación y la adaptación de los procesos internos. Para las Pymes, la lección podría ser la de esperar a que una herramienta madure y demuestre su valor más allá de la popularidad inicial, mientras que las multinacionales podrían utilizar su escala para experimentar, pero siempre midiendo rigurosamente tanto la adopción como la satisfacción para evitar la propagación de prácticas ineficaces.

VI. Síntesis y reflexiones finales sobre la correlación y regresión inter-fuentes para Experiencia del Cliente

El análisis de correlación y regresión inter-fuentes para Experiencia del Cliente revela un fenómeno complejo, caracterizado por dinámicas dispares a través de los dominios de interés público, discurso académico y práctica empresarial. El patrón más dominante es la fuerte asociación positiva y predictiva entre el interés público (Google Trends) y la adopción práctica (Bain - Usabilidad), sugiriendo que la popularidad es un motor clave de su difusión. Sin embargo, esta dinámica de "atención-adopción" se contrapone a una marcada relación negativa con la producción académica (CrossRef) y, de forma crítica, a una débil conexión con la satisfacción del usuario (Bain - Satisfaction).

Este entramado de relaciones sugiere que Experiencia del Cliente es una herramienta cuyo ciclo de vida no es unificado. En su lugar, se manifiesta como un fenómeno multifacético donde el "usar" (adopción) está fuertemente ligado al "hablar de ello" (interés público), pero desconectado del "valorar" (satisfacción) y del "analizarlo formalmente" (discurso académico). Esta estructura de relaciones, con sus tensiones y disonancias, es más consistente con las características de una moda gerencial, donde la adopción es impulsada por presiones sociales y la popularidad más que por una probada generación de valor, que con una práctica fundamental de integración estable y coherente.

Es imperativo reconocer las limitaciones inherentes a este análisis. La correlación y la regresión no establecen causalidad; simplemente cuantifican la asociación y la capacidad predictiva. Las relaciones observadas podrían estar influenciadas por terceras variables no consideradas (ej. cambios tecnológicos, crisis económicas) y son sensibles al período temporal analizado. No obstante, estos hallazgos proporcionan una base empírica sólida para futuras investigaciones, que podrían emplear modelos más sofisticados como los análisis de causalidad o las series de tiempo multivariadas para desentrañar las complejas dinámicas de influencia y desfase aquí identificadas.

Análisis de Componentes Principales

Análisis de Componentes Principales para Experiencia del Cliente: Desvelando las Dinámicas Subyacentes a Través de Múltiples Fuentes de Datos

I. Fundamentos del Análisis de Componentes Principales (PCA) en este contexto

El Análisis de Componentes Principales (PCA) es una técnica estadística multivariada cuyo propósito es transformar un conjunto de variables posiblemente correlacionadas en un conjunto de valores de variables linealmente no correlacionadas, denominadas componentes principales. En el contexto del análisis de la herramienta de gestión Experiencia del Cliente, el PCA resulta excepcionalmente valioso, ya que permite reducir la complejidad inherente a la monitorización simultánea de cinco series temporales distintas (Google Trends, Google Books Ngrams, Crossref.org, Bain Usability y Bain Satisfaction). En lugar de analizar cinco trayectorias individuales, esta técnica destila la información, identificando las "meta-tendencias" o dimensiones latentes que capturan la mayor parte de la varianza conjunta. El objetivo es desvelar la estructura subyacente de las interrelaciones entre el discurso académico, el interés público, la adopción práctica y la valoración gerencial, proporcionando una comprensión más parsimoniosa y profunda de las fuerzas que moldean la evolución de la herramienta.

A. Adecuación de las fuentes de datos para PCA y preparación de datos

La aplicación del PCA a las cinco fuentes de datos designadas para Experiencia del Cliente requiere una preparación meticulosa para asegurar la validez de los resultados. Dado que cada fuente posee una escala de medida intrínseca diferente —índices normalizados (Google Trends), frecuencias relativas (Google Books), recuentos de publicaciones (Crossref.org), porcentajes de uso (Bain Usability) y puntuaciones de satisfacción (Bain Satisfaction)—, es fundamental asumir que se realizó un

preprocesamiento de estandarización (o escalado a media cero y desviación estándar unitaria). Este paso es ineludible para evitar que las variables con mayor varianza numérica dominen los componentes principales por su escala y no por su contribución real a la estructura de los datos. El presente análisis se fundamenta en los resultados de dicho proceso, tal como se reflejan en los datos de entrada, asumiendo que las series temporales fueron adecuadamente tratadas para ser comparables y para mitigar sesgos potenciales.

B. Objetivos específicos del PCA para la herramienta Experiencia del Cliente

Mediante la aplicación del PCA a las cinco series temporales de Experiencia del Cliente, se persiguen varios objetivos analíticos clave. En primer lugar, se busca identificar si existe una tendencia general predominante, un "pulso" común que impulse la evolución de la mayoría de las fuentes de forma sincronizada. En segundo lugar, se pretende descubrir la existencia de dinámicas de contraste o tensiones estructurales; es decir, patrones consistentes donde el crecimiento en unas dimensiones (ej. discurso académico) coexiste con el declive en otras (ej. interés público). Adicionalmente, el análisis tiene como fin determinar el peso o la influencia relativa de cada fuente en la configuración de estos patrones latentes, revelando cuáles son los principales motores del consenso o del disenso. En última instancia, el objetivo es simplificar la narrativa evolutiva de Experiencia del Cliente, reduciendo la dimensionalidad de cinco a un número menor de componentes significativos que faciliten una interpretación estratégica y teóricamente rica de su ciclo de vida.

II. Presentación e interpretación de resultados del PCA

Los hallazgos que se presentan a continuación se derivan directamente del análisis de los datos cuantitativos proporcionados y de la interpretación rigurosa de los componentes resultantes. Estos resultados permiten descomponer la compleja dinámica de la herramienta Experiencia del Cliente en sus dimensiones fundamentales.

A. Varianza explicada y selección del número de componentes principales

El análisis de la varianza explicada por cada componente principal es fundamental para determinar la eficiencia de la reducción de dimensionalidad. El primer componente principal (PC1) explica el 37.9% de la varianza total, constituyendo la dimensión más dominante. El segundo componente (PC2) explica un 30.7% adicional, también de gran significancia. En conjunto, los dos primeros componentes capturan un sustancial 68.6% de la varianza total de las cinco series temporales.

La selección de dos componentes se justifica sólidamente. Se observa un punto de inflexión pronunciado en la contribución a la varianza después del segundo componente, indicando que los componentes subsiguientes (PC3 con 20.3%, PC4 con 6.6% y PC5 con 4.4%) aportan una cantidad de información nueva progresivamente menor. Aunque PC3 supera el umbral del 20%, la decisión de centrarse en PC1 y PC2 se alinea con el objetivo de identificar las dinámicas más robustas y estructurales, que en este caso explican más de dos tercios de la evolución conjunta. Esta reducción de cinco a dos dimensiones es altamente eficiente, pues permite sintetizar la mayor parte de la dinámica de Experiencia del Cliente en un plano bidimensional interpretable sin una pérdida de información crítica.

B. Matriz de Cargas (Loadings) de los Componentes Principales Seleccionados

Las cargas de las variables en los componentes principales, contenidas en la matriz de cargas, revelan la estructura interna de las dinámicas latentes. Estas cargas indican la correlación de cada fuente de datos original con cada componente principal, permitiendo interpretar la naturaleza de dichas dimensiones. Un análisis detallado de la matriz de cargas para PC1 y PC2 arroja las siguientes observaciones clave:

- **Relaciones entre Variables:**

- Las cargas correspondientes a Google Trends y Bain - Usabilidad presentan una estructura de correlación similar con los dos componentes principales, lo que sugiere que el interés público general y la adopción práctica de la herramienta tienden a evolucionar de forma conjunta.
- Se identifica una fuerte oposición a lo largo del primer componente (PC1). Las cargas de Crossref.org y Google Books Ngrams son de signo opuesto a

las de Google Trends y Bain - Usabilidad. Esto indica una correlación negativa o una tensión estructural entre el "discurso formal-académico" y el "interés público-práctico".

- La carga de Bain - Satisfacción se opone a las de las otras cuatro fuentes a lo largo del segundo componente (PC2), lo que sugiere que el valor percibido por los usuarios sigue una dinámica de contraste con el auge general del interés, el discurso y el uso.
- **Magnitud de las Cargas:** Las magnitudes de las cargas para todas las fuentes son considerables, lo que implica que las cinco variables están bien representadas por los dos componentes seleccionados. Las cargas de Google Books Ngrams, Crossref.org y Bain - Usabilidad son particularmente elevadas, indicando que son altamente influyentes en la definición de la varianza capturada.
- **Agrupaciones (Clusters) de Variables:** El análisis de las correlaciones sugiere dos agrupaciones en tensión. La primera, compuesta por Google Trends y Bain - Usabilidad, podría representar la "Atención y Adopción Práctica". La segunda, formada por Crossref.org y Google Books Ngrams, podría representar el "Discurso y Legitimación Académica". Bain - Satisfacción se posiciona como una dimensión singular y en gran medida independiente, definida principalmente por su contraste en el eje PC2.

III. Interpretación detallada de cada componente principal significativo

El análisis de las cargas de cada componente permite asignarles un significado temático, transformando los patrones estadísticos en narrativas interpretativas sobre la evolución de Experiencia del Cliente.

- **Componente Principal 1 (PC1):**
 - **Varianza Explicada:** 37.9%
 - **Análisis de las Cargas:** Este componente está definido por una polaridad clara. Por un lado, presenta cargas fuertemente positivas de Crossref.org y Google Books Ngrams. Por otro, tiene cargas fuertemente negativas de Bain

- Usabilidad y Google Trends. Bain - Satisfacción muestra una carga negativa más débil, siendo menos definitoria para este eje.
- **Interpretación Temática Profunda:** PC1 representa una tensión fundamental e inherente a la evolución de Experiencia del Cliente. Se puede interpretar como el "**Eje de Tensión: Discurso Formal vs. Dinámica de Mercado**". Un valor positivo alto en este componente indicaría un período donde la herramienta es prominente en la literatura académica (Crossref) y en publicaciones de largo recorrido (Google Books), pero su interés público (Google Trends) y su uso práctico (Bain Usability) son comparativamente bajos. Inversamente, un valor negativo alto señalaría un momento de alto interés popular y adopción generalizada, posiblemente desacoplado de una consolidación académica paralela. Este eje captura la brecha entre la conceptualización teórica y la tracción en el ecosistema organizacional.
- **Componente Principal 2 (PC2):**
 - **Varianza Explicada:** 30.7%
 - **Análisis de las Cargas:** Este componente se caracteriza por una dinámica de contraste diferente. Todas las fuentes de interés, discurso y uso (Google Books Ngrams, Google Trends, Bain - Usabilidad, Crossref.org) presentan cargas positivas y significativas. En cambio, Bain - Satisfacción muestra una carga fuertemente negativa.
 - **Interpretación Temática Profunda:** PC2 captura una dimensión que puede ser etiquetada como "**Dimensión del Auge y Hype vs. Valor Percibido**". Representa una tendencia en la que todas las formas de atención y adopción crecen o decrecen de manera conjunta. Sin embargo, este movimiento general se opone directamente a la satisfacción de los usuarios. Un valor positivo alto en PC2 sugiere un período de "efervescencia": la herramienta es popular en búsquedas, libros, publicaciones académicas y su uso está extendido. No obstante, este mismo período coincide con una baja satisfacción reportada, lo que podría indicar un desfase entre las expectativas generadas por el "hype" y los resultados reales obtenidos, una posible manifestación de la antinomia entre innovación (adopción entusiasta) y estabilidad (resultados consistentes).

Componente	Varianza Explicada	Fuentes con Cargas más Altas	Interpretación Temática y Etiqueta Propuesta
PC1	37.9%	(+) Crossref.org, Google Books Ngrams (-) Bain - Usabilidad, Google Trends	Eje de Tensión: Discurso Formal vs. Dinámica de Mercado. Representa la dicotomía entre la consolidación académica y literaria de la herramienta y su popularidad e implementación práctica en el mercado.
PC2	30.7%	(+) Google Books, Google Trends, Bain - Usabilidad, Crossref.org (-) Bain - Satisfacción	Dimensión del Auge y Hype vs. Valor Percibido. Captura el patrón de crecimiento o declive conjunto del interés y uso, en contraste directo con la satisfacción del usuario, sugiriendo un posible ciclo de expectativas infladas frente a resultados tangibles.

IV. Discusión integrada de los hallazgos del PCA

La síntesis de los dos componentes principales ofrece una visión estructurada y matizada de la dinámica de Experiencia del Cliente. Lejos de ser un fenómeno monolítico, su evolución se articula en torno a dos ejes fundamentales de tensión y contraste que simplifican y enriquecen su comprensión.

A. Patrones dominantes y secundarios en la evolución de Experiencia del Cliente

El patrón dominante, capturado por PC1 (37.9% de la varianza), es una tensión estructural entre el mundo académico/editorial y el mundo práctico/público. Esto sugiere que la conversación sobre Experiencia del Cliente en libros y artículos científicos no siempre se mueve en sintonía con el interés del público general o su tasa de adopción en las empresas. Esta brecha podría indicar un desfase temporal, donde la teoría precede a la práctica (o viceversa), o una desconexión fundamental donde ambas esferas evolucionan con lógicas distintas. El patrón secundario, PC2 (30.7% de la varianza), añade una capa crítica de interpretación: a medida que la herramienta gana tracción en todas las esferas de atención y uso, la satisfacción tiende a disminuir. Esta dinámica es consistente con los patrones de una "moda gerencial", donde el entusiasmo inicial y la adopción masiva generan expectativas que no siempre se cumplen, llevando a una posterior desilusión o ajuste de percepciones.

B. Contribución diferencial y relación entre las fuentes a los patrones comunes

El análisis de cargas revela que ninguna fuente es redundante; cada una aporta una perspectiva crucial. Crossref.org y Google Books Ngrams son los principales definidores del polo "Discurso Formal". Google Trends y Bain - Usabilidad son los embajadores de la "Dinámica de Mercado". La fuente más singular es Bain - Satisfacción, cuyo comportamiento opuesto en PC2 la convierte en un "termómetro de la realidad" que contrasta con el "ruido" del entusiasmo general. La agrupación de Google Trends y Bain - Usabilidad sugiere que el interés público y la adopción práctica están estrechamente ligados, mientras que su oposición a las fuentes académicas en PC1 refuerza la idea de una brecha entre la teoría y la implementación. El PCA demuestra que para entender Experiencia del Cliente, es indispensable analizar tanto la atención que recibe como el valor que entrega, ya que parecen seguir trayectorias opuestas.

C. Implicaciones de la dimensionalidad reducida para la comprensión de Experiencia del Cliente

La reducción de cinco series temporales a dos componentes principales transforma un panorama complejo en una narrativa manejable y estratégicamente relevante. En lugar de seguir cinco indicadores, un analista o directivo puede ahora monitorizar la evolución de la herramienta a lo largo de dos ejes significativos: el "gap académico-práctico" (PC1) y el "gap hype-satisfacción" (PC2). Esto no solo simplifica el análisis, sino que lo enriquece, ya que estos componentes no son meros promedios, sino patrones de covariación que revelan la estructura profunda del fenómeno. La ganancia en claridad es sustancial, permitiendo formular preguntas más precisas: ¿se está cerrando la brecha entre teoría y práctica? ¿Está el auge actual de la herramienta construyendo una "burbuja" de insatisfacción futura?

Aspecto de la Discusión	Hallazgo Principal del PCA	Implicación Clave
Patrones Dominantes	PC1: Tensión entre discurso formal y dinámica de mercado. PC2: Contraste entre auge general y satisfacción del usuario.	La evolución de Experiencia del Cliente no es un crecimiento uniforme, sino el resultado de dos tensiones estructurales.
Influencia de Fuentes	Fuentes académicas (CR, GB) y de mercado (GT, BU) se oponen en PC1. Satisfacción (BS) se opone a todas las demás en PC2.	Cada fuente ofrece una perspectiva no redundante. La satisfacción actúa como un contrapeso crítico al entusiasmo general.
Dimensionalidad Reducida	Más del 68% de la dinámica se explica con dos "metatendencias" (PC1 y PC2).	La complejidad de cinco indicadores se simplifica en un marco bidimensional (gap académico-práctico y gap hype-satisfacción) para la toma de decisiones.

V. Implicaciones estratégicas del PCA para Experiencia del Cliente

Los patrones latentes revelados por el PCA tienen implicaciones directas para diferentes actores del ecosistema organizacional.

A. Para Investigadores y Académicos

Los componentes identificados abren nuevas vías de investigación. El PC1 invita a explorar las causas de la brecha entre el discurso académico y la práctica gerencial: ¿se debe a un desfase natural en la difusión del conocimiento, a la irrelevancia de ciertos enfoques teóricos o a la simplificación excesiva en la práctica? El PC2 plantea la necesidad de investigar la relación entre ciclo de vida de la adopción y satisfacción, validando si el patrón observado es una característica inherente a herramientas de este tipo y explorando los factores que moderan la caída de la satisfacción durante las fases de auge.

B. Para Asesores, Consultores y Analistas de Mercado

El marco bidimensional (PC1 vs. PC2) constituye una poderosa herramienta de diagnóstico. Permite posicionar a Experiencia del Cliente (o a la percepción que una empresa cliente tiene de ella) en un momento específico de su evolución. Por ejemplo, una alta puntuación en PC2 podría ser una señal de alerta para un consultor, indicando que, a pesar de la popularidad, existe un riesgo latente de insatisfacción que debe ser

gestionado proactivamente. Asimismo, permite segmentar el mercado de herramientas y clientes en función de su orientación (más académica o más práctica) y su nivel de madurez (fase de "hype" o fase de valor consolidado).

C. Para Directivos y Gerentes en Organizaciones

Para los líderes organizacionales, el análisis ofrece una guía para una toma de decisiones más matizada. La existencia de PC1 sugiere que no deben adoptar ciegamente los modelos teóricos sin evaluar su aplicabilidad y tracción en el mercado. Por su parte, PC2 advierte contra el "efecto bandwagon" o de contagio: la popularidad y el uso extendido (reflejados por el polo positivo de PC2) no garantizan resultados satisfactorios. Las decisiones de inversión en Experiencia del Cliente deberían, por tanto, estar balanceadas, considerando tanto las tendencias de mercado y el discurso experto como, y de forma crucial, los indicadores internos de valor percibido y satisfacción.

VI. Síntesis conclusiva

En síntesis, el Análisis de Componentes Principales ha desvelado que la evolución de la herramienta de gestión Experiencia del Cliente no es unívoca, sino que está gobernada por dos dimensiones latentes principales que explican conjuntamente más del 68% de su dinámica. La primera dimensión (PC1) es un eje de tensión estructural entre el discurso formal-académico y la dinámica de interés y adopción del mercado. La segunda (PC2) representa un contraste entre un auge generalizado de la atención y el uso, y una tendencia opuesta en la satisfacción percibida por los usuarios. Este hallazgo es de suma importancia, pues sugiere que el ciclo de vida de la herramienta está marcado por una posible brecha entre la teoría y la práctica, y por una dinámica de "hype" que puede erosionar el valor percibido.

Conclusiones

Síntesis integrada de hallazgos para Experiencia del Cliente a partir de análisis multi-fuente

Síntesis de hallazgos clave de cada análisis específico para Experiencia del Cliente

El análisis consolidado de la herramienta de gestión Experiencia del Cliente se nutre de las conclusiones de tres exámenes multi-fuente previos: un Análisis de Componentes Principales (PCA), un análisis de correlaciones y regresiones inter-fuentes, y un análisis temporal comparativo. La integración de estas perspectivas permite construir una narrativa robusta y matizada, trascendiendo las limitaciones de cualquier enfoque individual.

Desde el Análisis de Componentes Principales

El PCA destiló la compleja dinámica de las cinco fuentes de datos en dos "metatendencias" fundamentales que, en conjunto, explican el 68.6% de la varianza total. El primer componente (PC1), denominado "Eje de Tensión: Discurso Formal vs. Dinámica de Mercado", reveló una oposición estructural entre la consolidación académica y literaria (Crossref.org, Google Books) y el interés público y la adopción práctica (Google Trends, Bain Usability). El segundo componente (PC2), etiquetado como "Dimensión del Auge y Hype vs. Valor Percibido", capturó una dinámica de contraste en la que un aumento generalizado en todas las formas de atención y uso se correlaciona con una disminución en la satisfacción reportada por los usuarios (Bain Satisfaction). Estos componentes sugieren que la evolución de la herramienta no es monolítica, sino que está impulsada por tensiones inherentes entre la teoría y la práctica, y entre las expectativas y los resultados.

Desde el Análisis de Relaciones Cruzadas

El análisis de correlaciones y regresiones cuantificó las interdependencias, confirmando y profundizando los hallazgos del PCA. La conclusión más destacada fue la capacidad predictiva excepcionalmente fuerte ($R^2 = 0.900$) del interés público (Google Trends) sobre la adopción práctica (Bain Usability), sugiriendo que la popularidad y el "hype" son motores primarios de su difusión. Este hallazgo se contrapone a una fuerte correlación negativa ($r = -0.783$) entre la usabilidad (Bain Usability) y la producción académica (CrossRef.org), indicando un desfase o una lógica contrapuesta entre la práctica gerencial y la investigación formal. De manera crítica, se identificó una correlación muy débil ($r = 0.235$) entre la usabilidad y la satisfacción (Bain Satisfaction), lo que sugiere que la mera adopción de la herramienta no garantiza una valoración positiva, una desconexión clave para entender su naturaleza.

Desde el Análisis Temporal Comparativo

El análisis temporal reveló ciclos de vida marcadamente divergentes a través de las cinco fuentes de datos. Mientras las fuentes académicas y literarias (CrossRef.org, Google Books) muestran un patrón de crecimiento sostenido y acelerado, característico de una Práctica Fundamental en consolidación, las fuentes de la práctica gerencial pintan un cuadro muy distinto. La usabilidad (Bain Usability) exhibe un declive a largo plazo, propio de una Fase de Erosión Estratégica. En contraste, el interés público (Google Trends) se asemeja a una Moda Gerencial Recurrente, con un pico agudo y un declive seguido de fluctuaciones. Finalmente, la satisfacción (Bain Satisfaction) sigue una Dinámica Cíclica Persistente, con un profundo declive inicial seguido de un período de recuperación y revitalización. No existe, por tanto, un consenso temporal sobre la trayectoria de la herramienta.

Análisis integrado y conclusiones consolidadas para Experiencia del Cliente

La convergencia de los tres análisis multi-fuente (PCA, correlaciones y temporal) permite construir una narrativa integral que va más allá de la simple clasificación. Los hallazgos no son contradictorios, sino que se refuerzan mutuamente para describir un fenómeno de **metamorfosis conceptual**. La Experiencia del Cliente no se comporta como una

herramienta estática con un único ciclo de vida, sino como un concepto dinámico que se transforma a medida que atraviesa diferentes esferas del ecosistema organizacional, revelando tensiones fundamentales.

La estructura de tensiones identificada por el PCA es la clave que unifica los demás hallazgos. El "Eje de Tensión: Discurso Formal vs. Dinámica de Mercado" (PC1) explica perfectamente tanto la correlación negativa entre la usabilidad y la producción académica como la divergencia de sus trayectorias temporales (una en declive, la otra en auge). Esto sugiere que la conversación académica no impulsa la adopción práctica de manera directa, sino que podría seguir una lógica de observación crítica, formalización tardía o exploración de nuevas fronteras teóricas mientras la herramienta práctica se consolida o se erosiona.

De manera similar, la "Dimensión del Auge y Hype vs. Valor Percibido" (PC2) da cuenta de la desconexión crítica entre la adopción y la satisfacción. La fuerte correlación entre el interés público (Google Trends) y la usabilidad (Bain Usability) representa el polo positivo de este componente: el "auge". La trayectoria de la satisfacción (Bain Satisfaction), a menudo en dirección opuesta, representa su polo negativo: el "valor percibido". Este patrón es consistente con la antinomia entre **racionalidad e intuición (o comportamiento gregario)**. La adopción parece estar impulsada por la popularidad y la presión de imitar (un comportamiento menos racional), mientras que la satisfacción es el resultado de una evaluación posterior y más racional de los resultados obtenidos. El ciclo temporal de declive y posterior recuperación de la satisfacción sugiere un proceso de aprendizaje organizacional: tras una fase inicial de desilusión por expectativas infladas, las organizaciones que persisten podrían estar aprendiendo a aplicar los principios de la herramienta de manera más efectiva, logrando mejores resultados.

En conjunto, la evidencia consolidada sugiere que la Experiencia del Cliente ha evolucionado. Pudo haber comenzado como una "herramienta" específica, cuyo uso genérico (medido por Bain) está en declive. Sin embargo, sus principios subyacentes han trascendido esa forma inicial para convertirse en una **filosofía de gestión o una competencia organizacional** fundamental. Esta transformación explica por qué su presencia en el discurso académico y literario no para de crecer. La herramienta no ha

muerto; se ha disuelto en el tejido de la estrategia empresarial moderna, reemergiendo en formas más sofisticadas y tecnológicamente integradas que la etiqueta original ya no captura por completo.

Implicaciones integradas basadas en la síntesis de los tres análisis

Esta comprensión holística de la Experiencia del Cliente, derivada de la síntesis de los análisis PCA, de correlación y temporal, tiene profundas implicaciones para investigadores, consultores y directivos, permitiendo una toma de decisiones más informada y estratégica.

Para los **investigadores y académicos**, la principal implicación es la necesidad de adoptar marcos teóricos que contemplen la existencia de ciclos de vida múltiples y divergentes para una misma innovación administrativa. Depender de una única fuente de datos para clasificar un fenómeno como "moda" o "práctica fundamental" es metodológicamente arriesgado y puede llevar a conclusiones incompletas. Este caso de estudio invita a explorar las dinámicas de traducción y desfase entre diferentes dominios (academia, práctica, discurso público) y a desarrollar modelos que expliquen cómo los conceptos gerenciales se transforman en lugar de simplemente nacer y morir.

Para los **asesores y consultores**, la narrativa integrada ofrece una base para un asesoramiento más matizado. La recomendación no puede ser simplemente "adopte Experiencia del Cliente porque es popular". Deben advertir a las organizaciones sobre la brecha entre "hype" y satisfacción, enfocando sus esfuerzos en la gestión del cambio, la alineación estratégica y la medición rigurosa del valor percibido. Pueden usar el interés público (Google Trends) como un indicador temprano de las presiones del mercado, pero deben enfatizar que el éxito a largo plazo, reflejado en la satisfacción, requiere una implementación profunda que supere la adopción superficial. La consultoría debe virar de la venta de una "herramienta" a la construcción de una "capacidad" organizacional.

Para los **directivos y gerentes de organizaciones**, esta visión integrada es una guía para navegar la complejidad. Para las **organizaciones privadas y multinacionales**, la lección es resistir la presión del comportamiento gregario (la antinomia **competencia vs. colaboración** llevada a la imitación) y enfocar la inversión en Experiencia del Cliente como una apuesta estratégica a largo plazo que requiere paciencia y aprendizaje, en lugar

de esperar resultados inmediatos. Para las **Pymes**, con recursos más limitados, la estrategia más prudente podría ser la de adoptar los principios fundamentales de la herramienta (escucha activa, personalización) utilizando tecnologías ágiles, en lugar de embarcarse en sistemas complejos cuya tasa de satisfacción inicial es incierta. Para las **organizaciones públicas y ONGs**, donde la legitimidad y la confianza son cruciales, el enfoque debe estar en la autenticidad de la experiencia (del ciudadano, del donante), aprendiendo de la fase de recuperación de la satisfacción para construir relaciones duraderas en lugar de seguir tendencias pasajeras.

ANEXOS

* Gráficos *

* Datos *

Gráficos

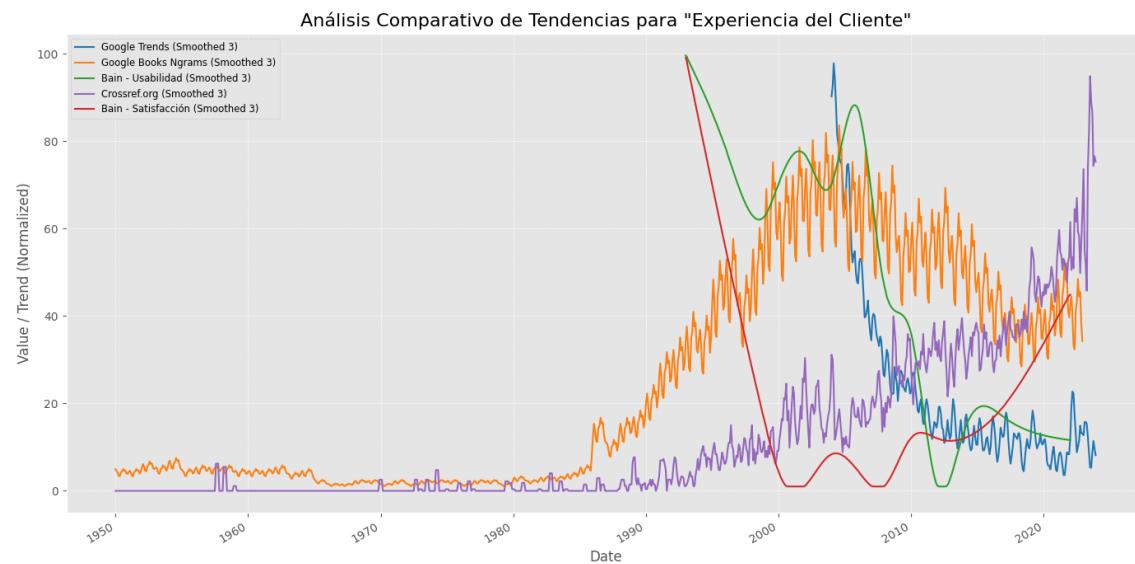


Figura: Análisis Comparativo de Tendencias para "Experiencia del Cliente"

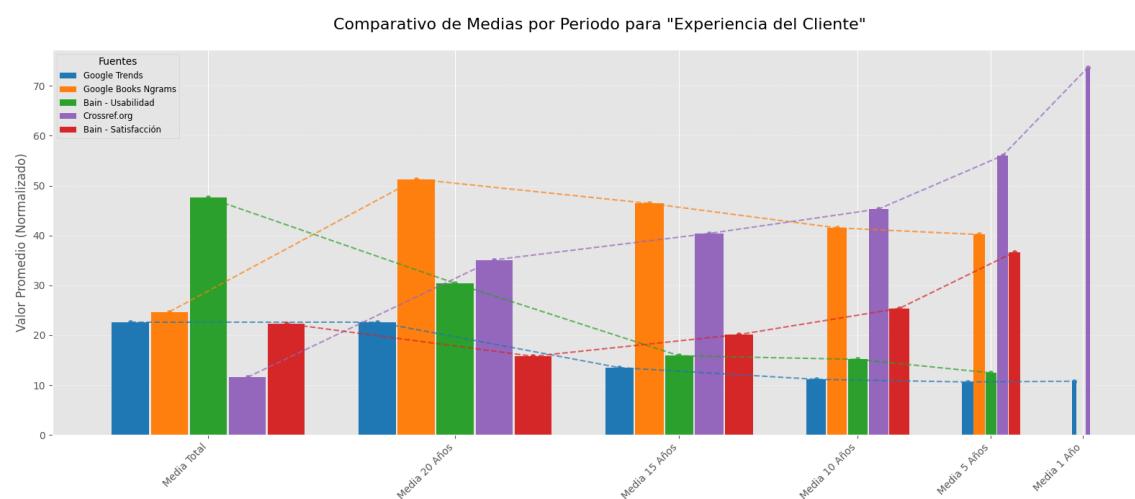


Figura: Comparativo de Medias por Periodo para "Experiencia del Cliente" (Barras Ancho Variable)

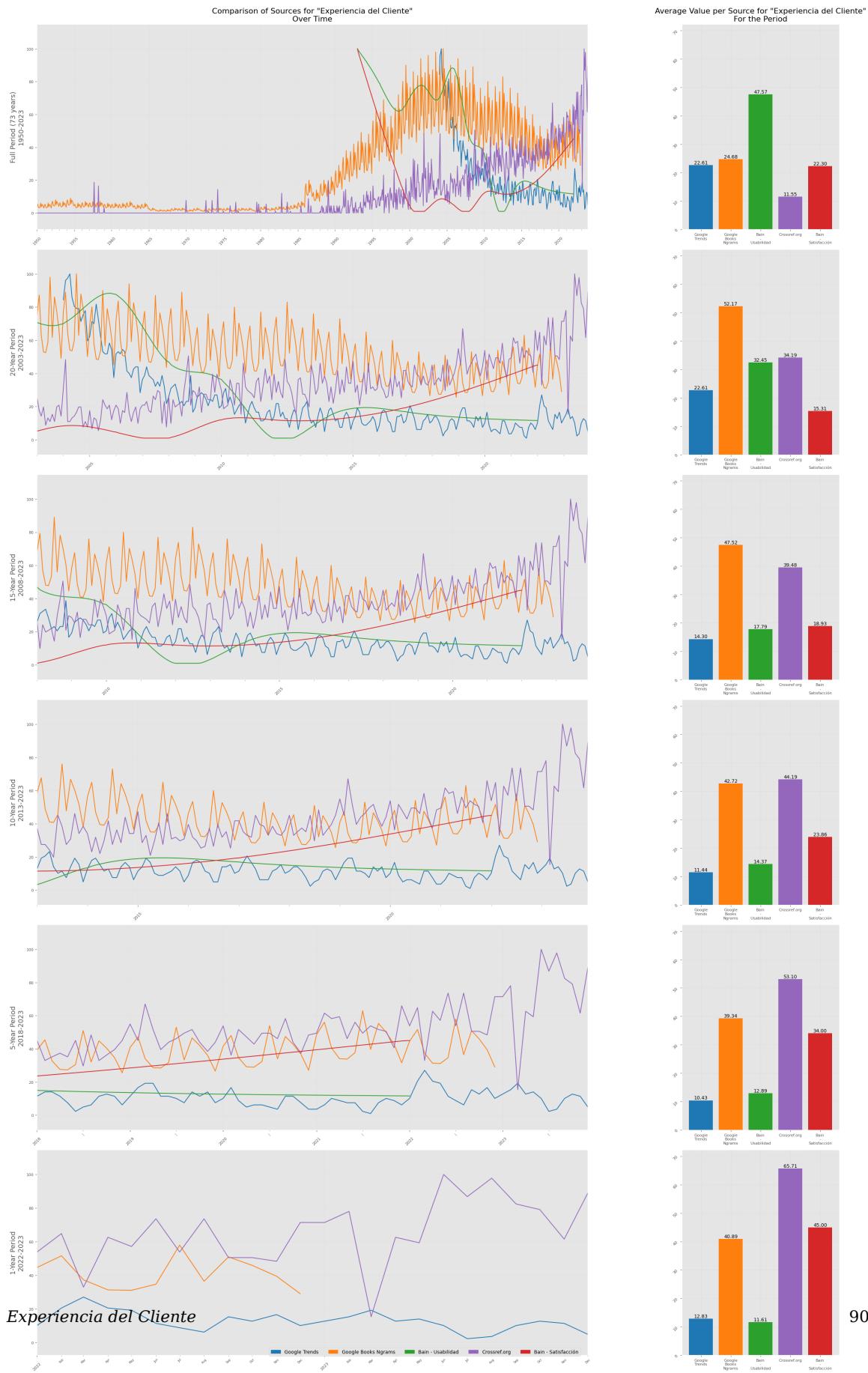


Figura: Comparison of Data Sources for 'Experiencia del Cliente'

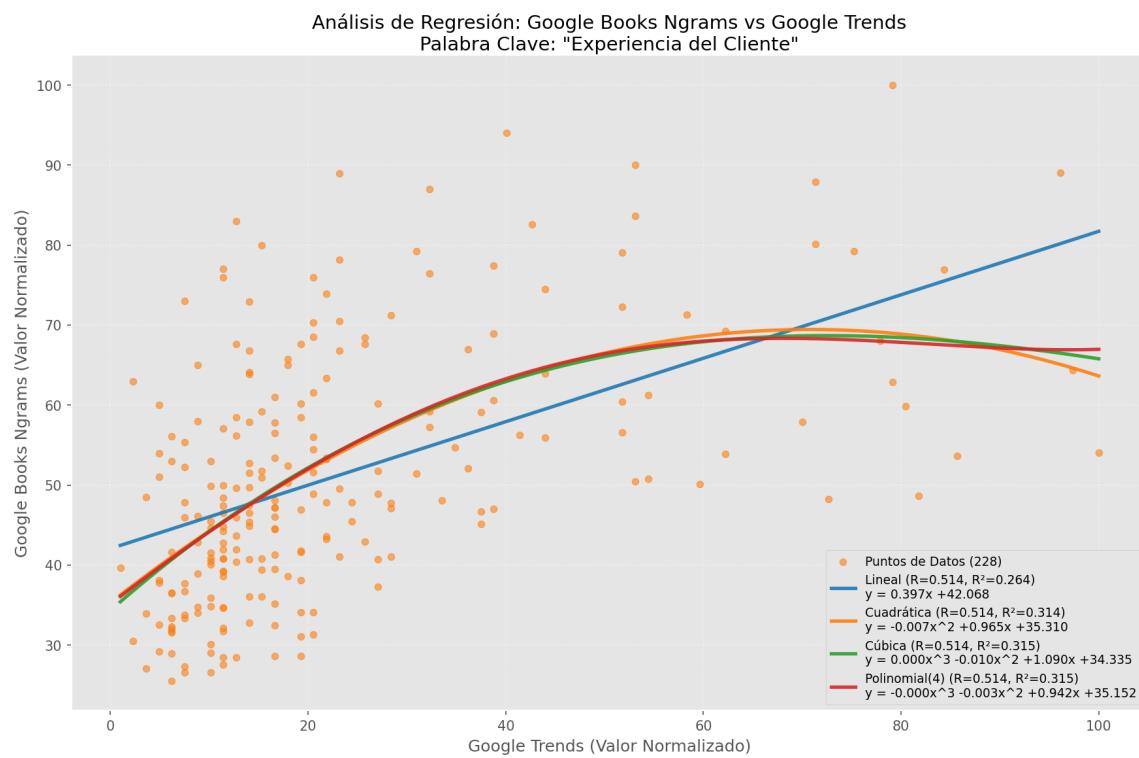


Figura: Análisis de Regresión: Google Books Ngrams vs Google Trends Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

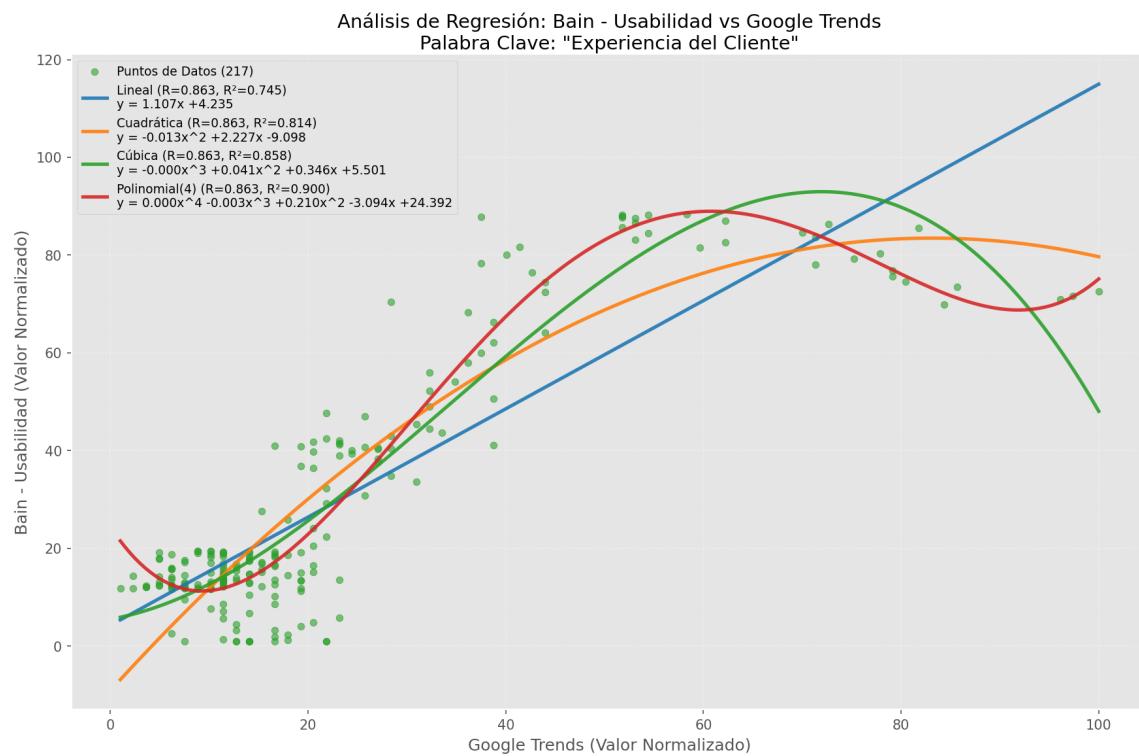


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Usabilidad vs Google Trends Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

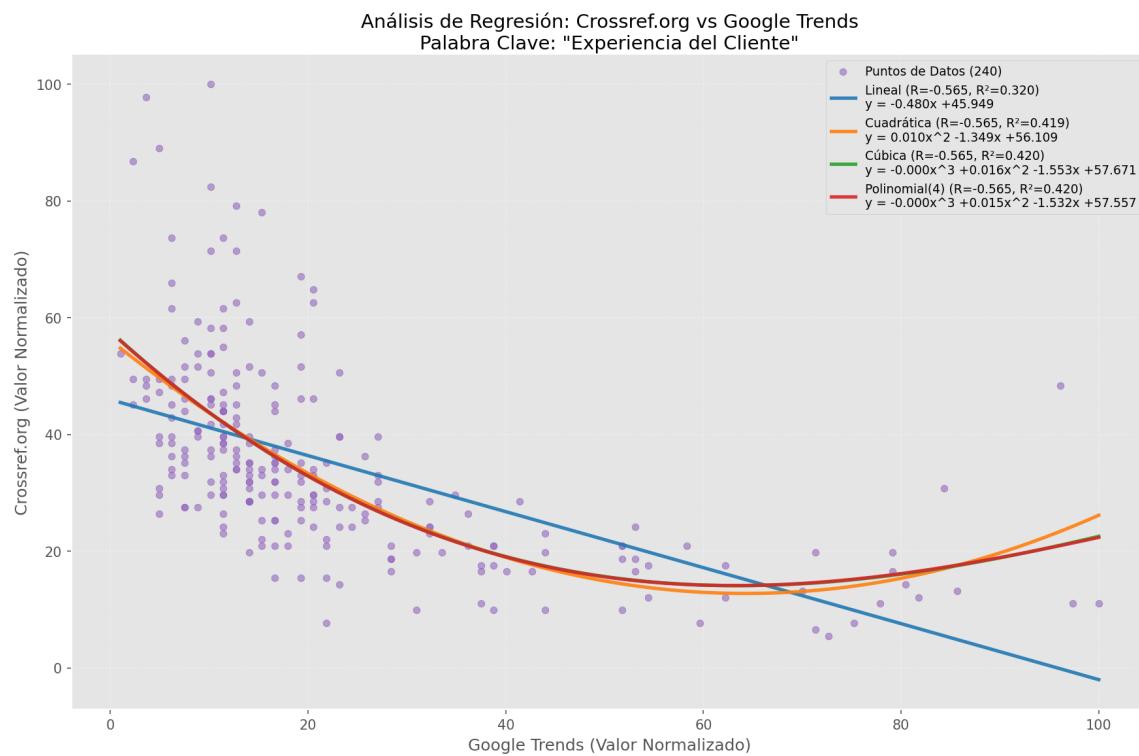


Figura: Análisis de Regresión: Crossref.org vs Google Trends Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

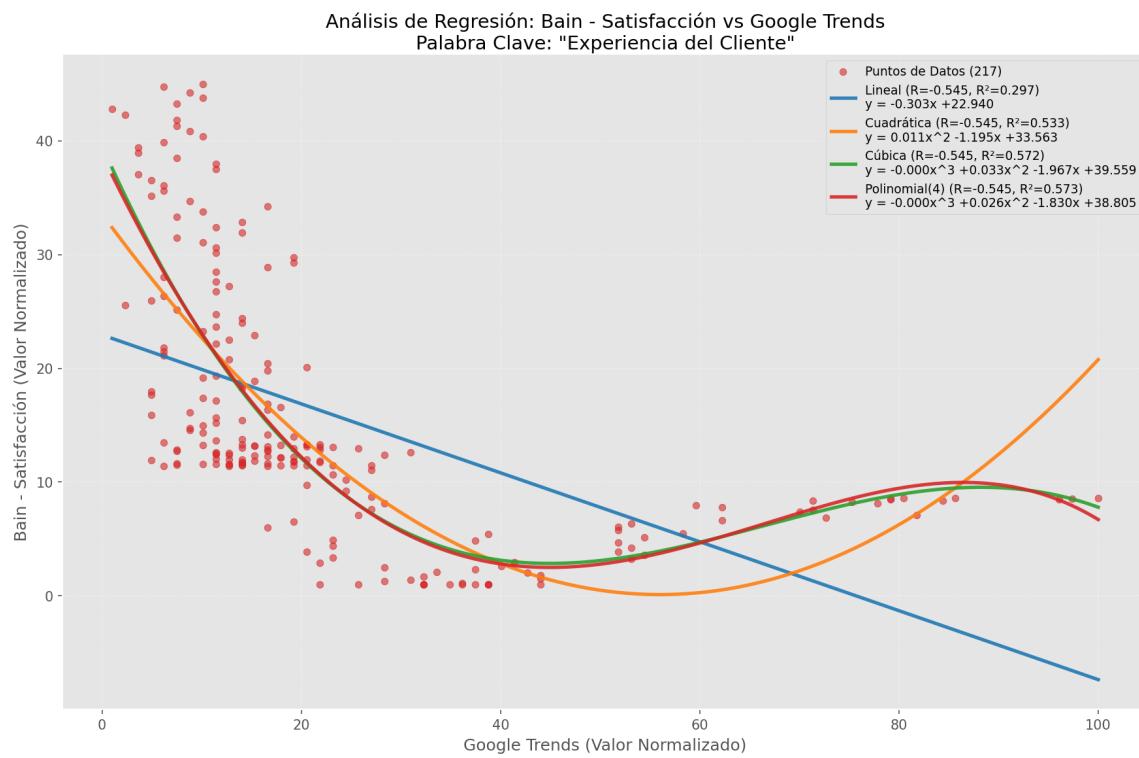


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Satisfacción vs Google Trends Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

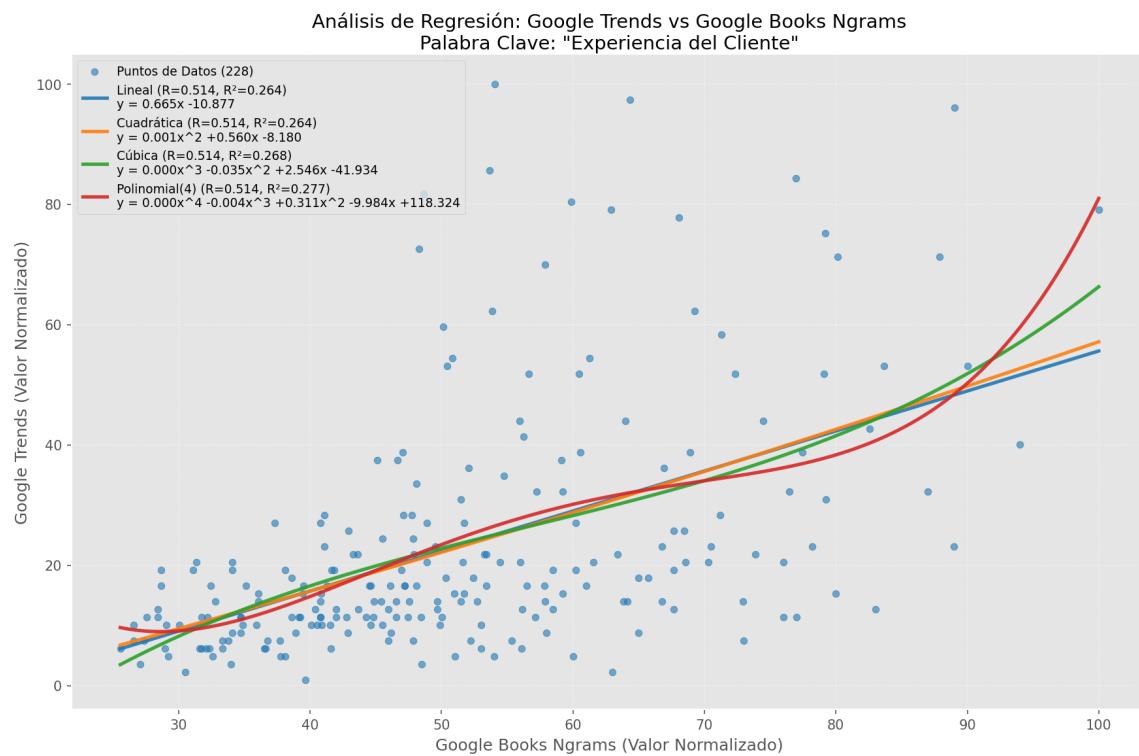


Figura: Análisis de Regresión: Google Trends vs Google Books Ngrams Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

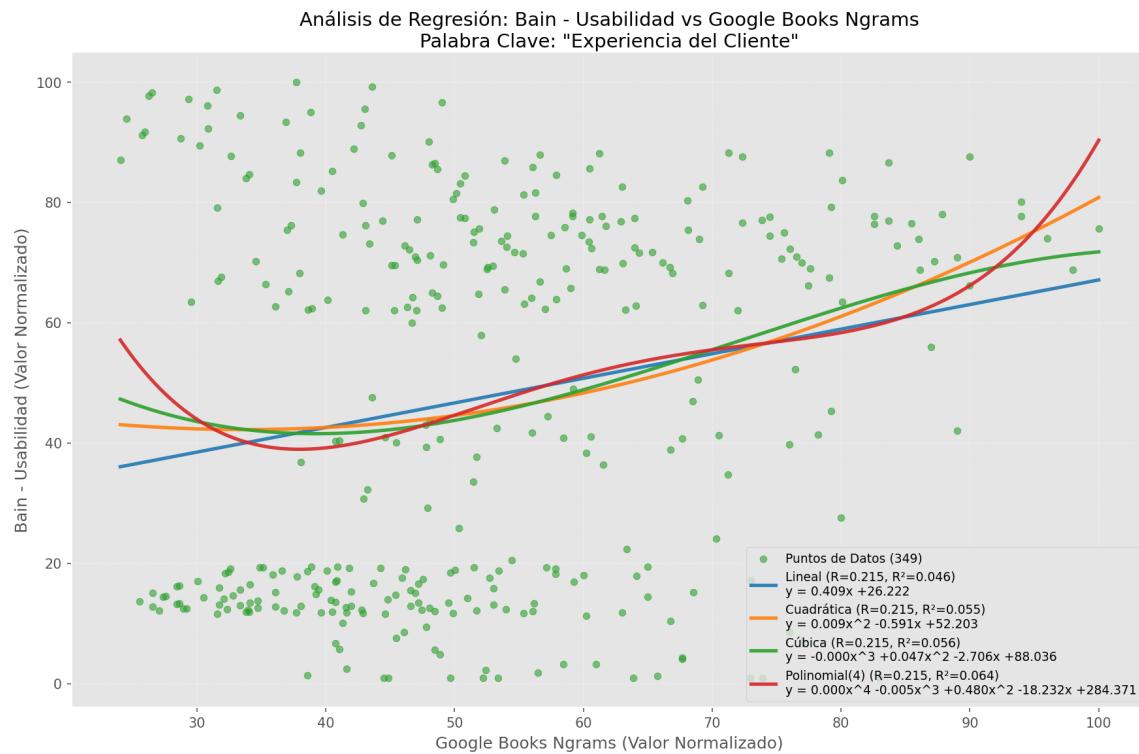


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Usabilidad vs Google Books Ngrams Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

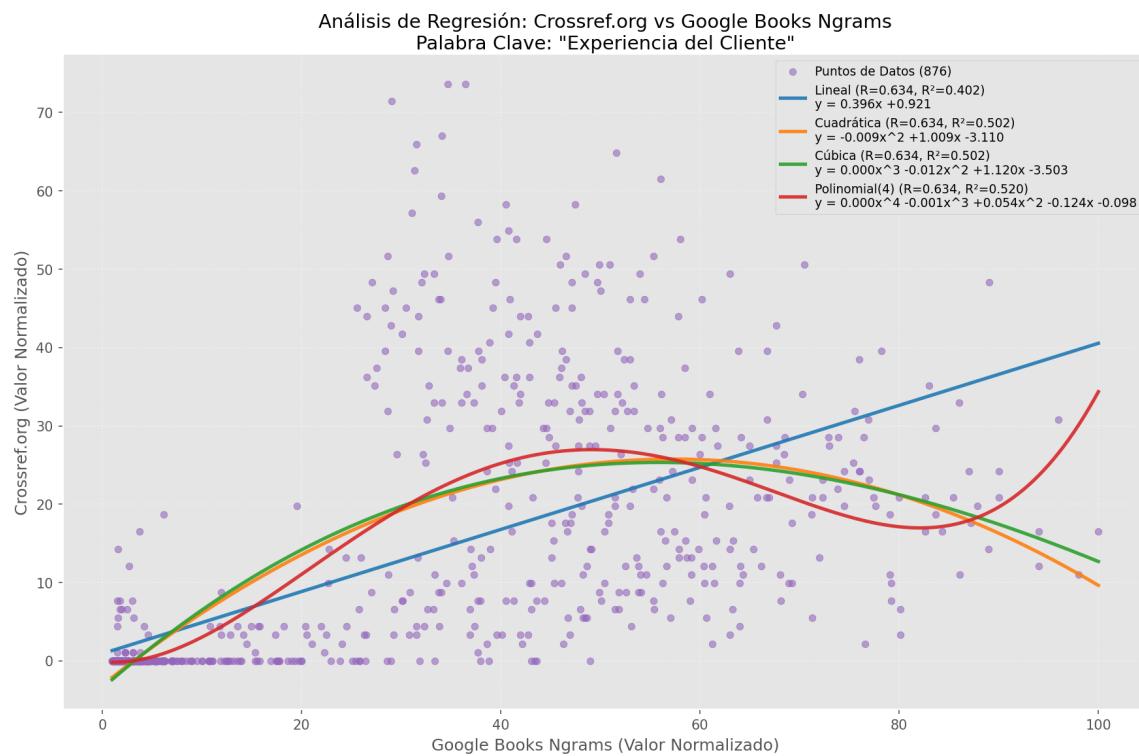


Figura: Análisis de Regresión: Crossref.org vs Google Books Ngrams Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

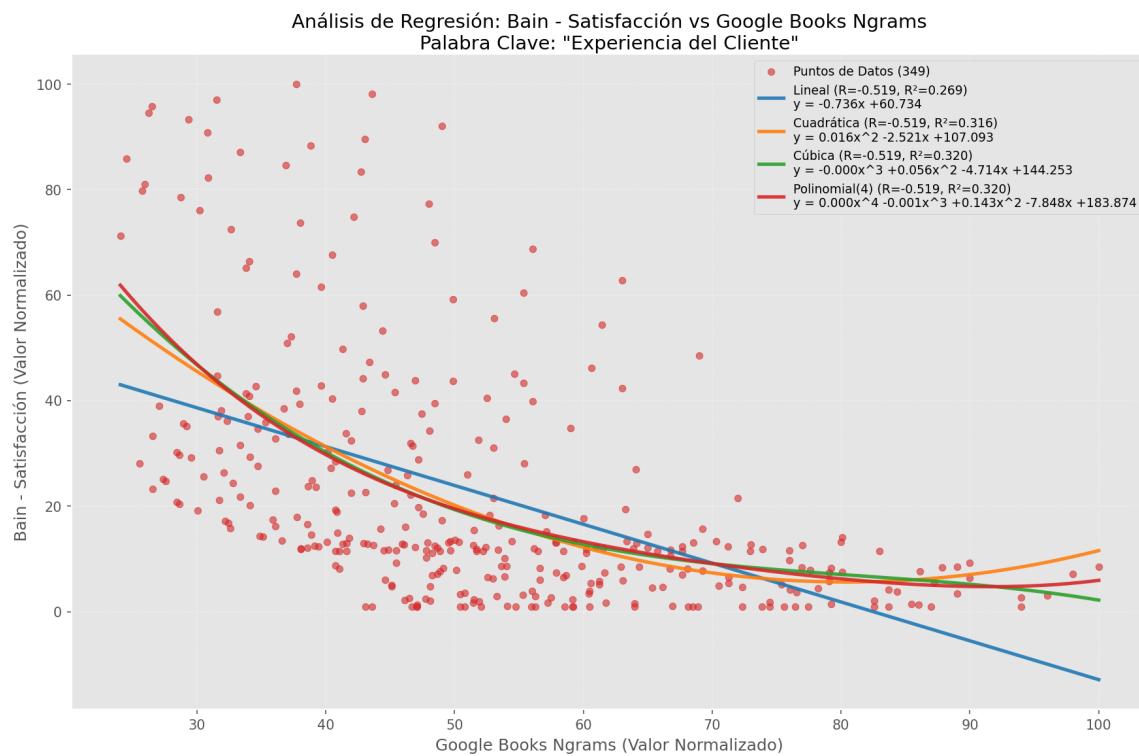


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Satisfacción vs Google Books Ngrams Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

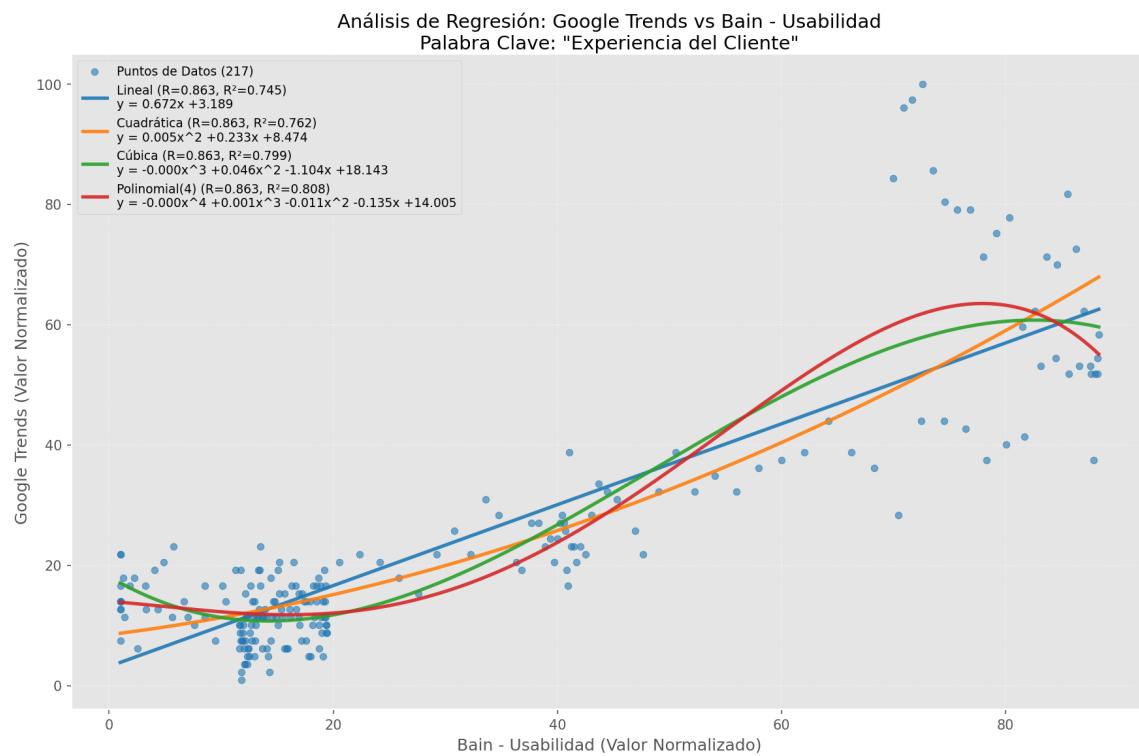


Figura: Análisis de Regresión: Google Trends vs Bain - Usabilidad Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

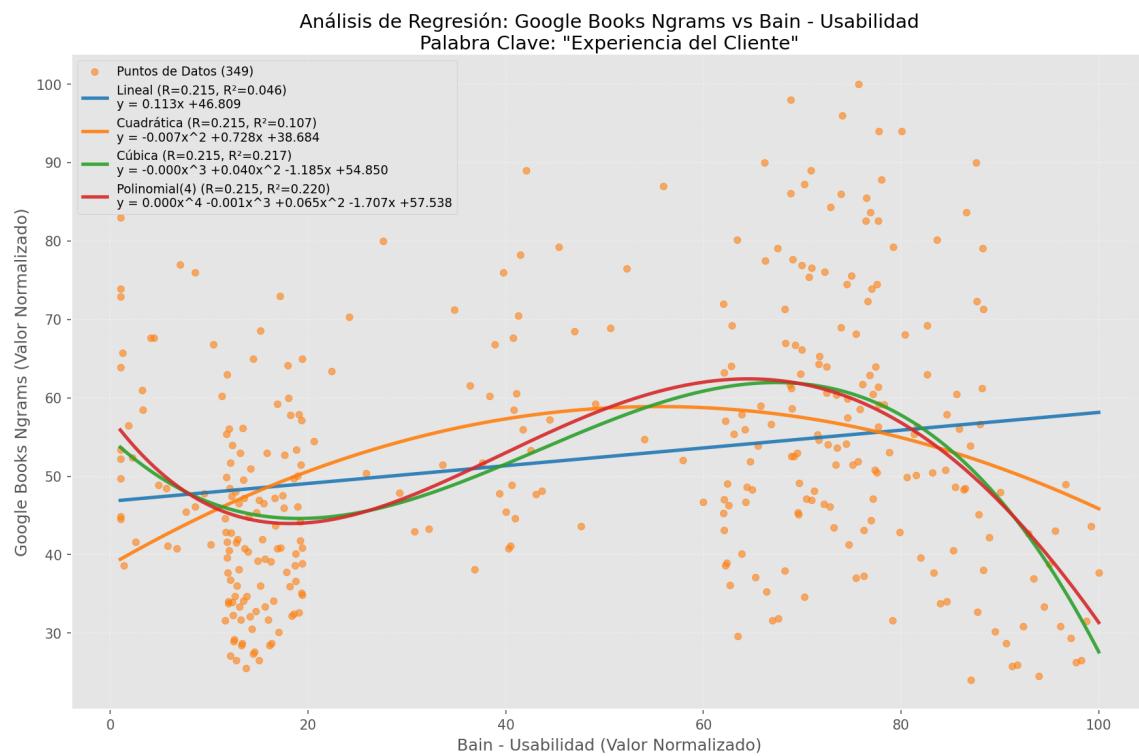


Figura: Análisis de Regresión: Google Books Ngrams vs Bain - Usabilidad Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

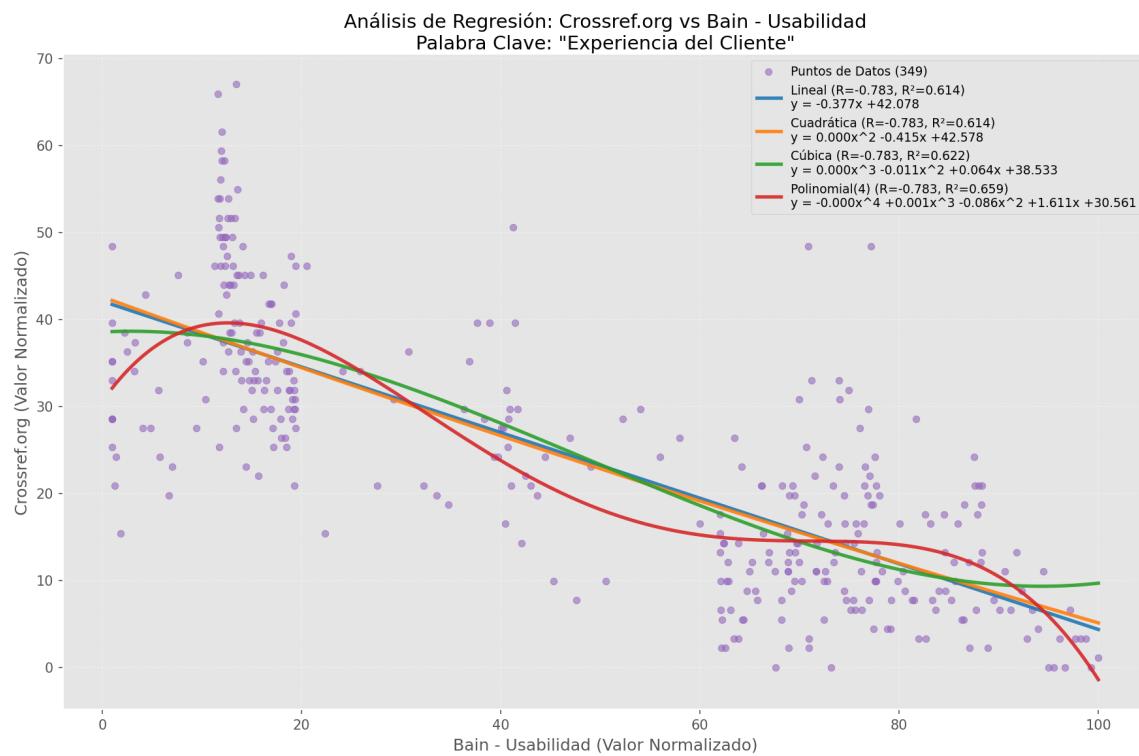


Figura: Análisis de Regresión: Crossref.org vs Bain - Usabilidad Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

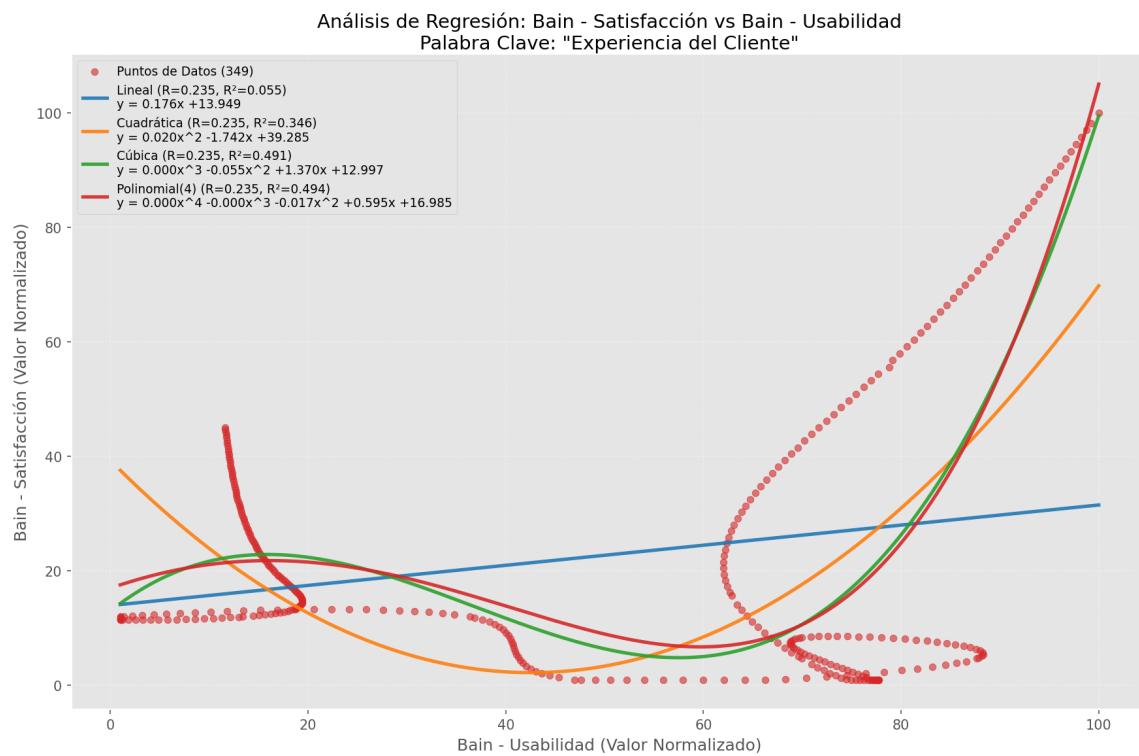


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Satisfacción vs Bain - Usabilidad Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

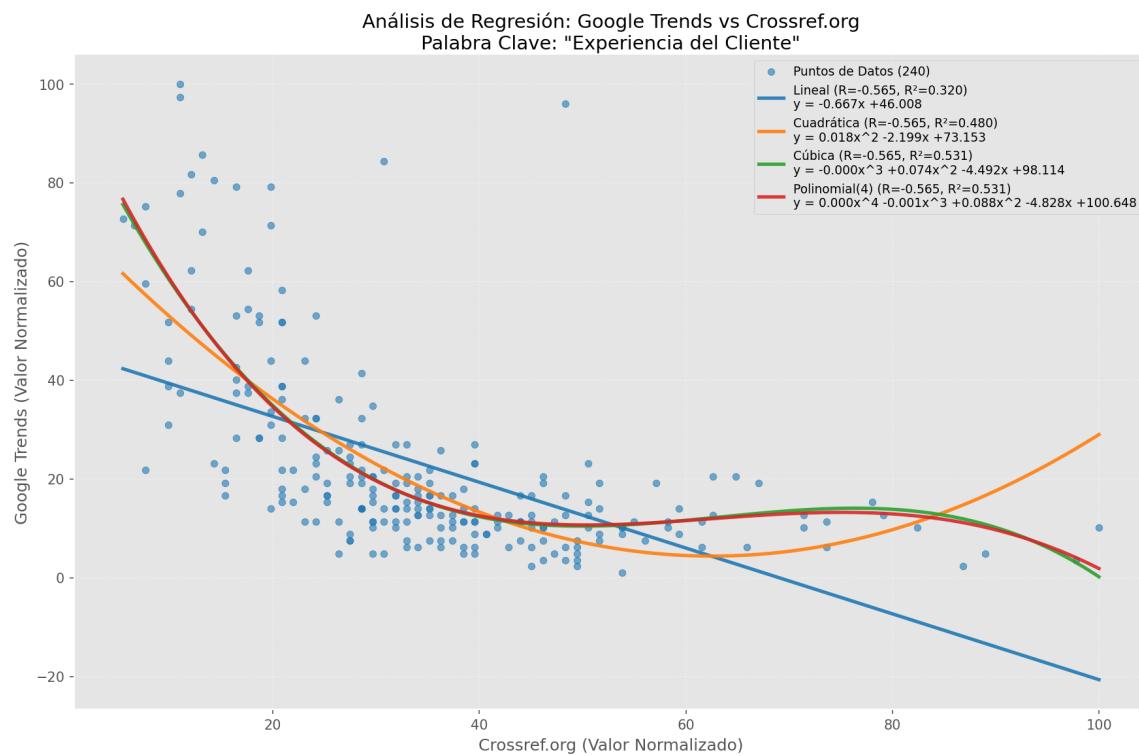


Figura: Análisis de Regresión: Google Trends vs Crossref.org Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

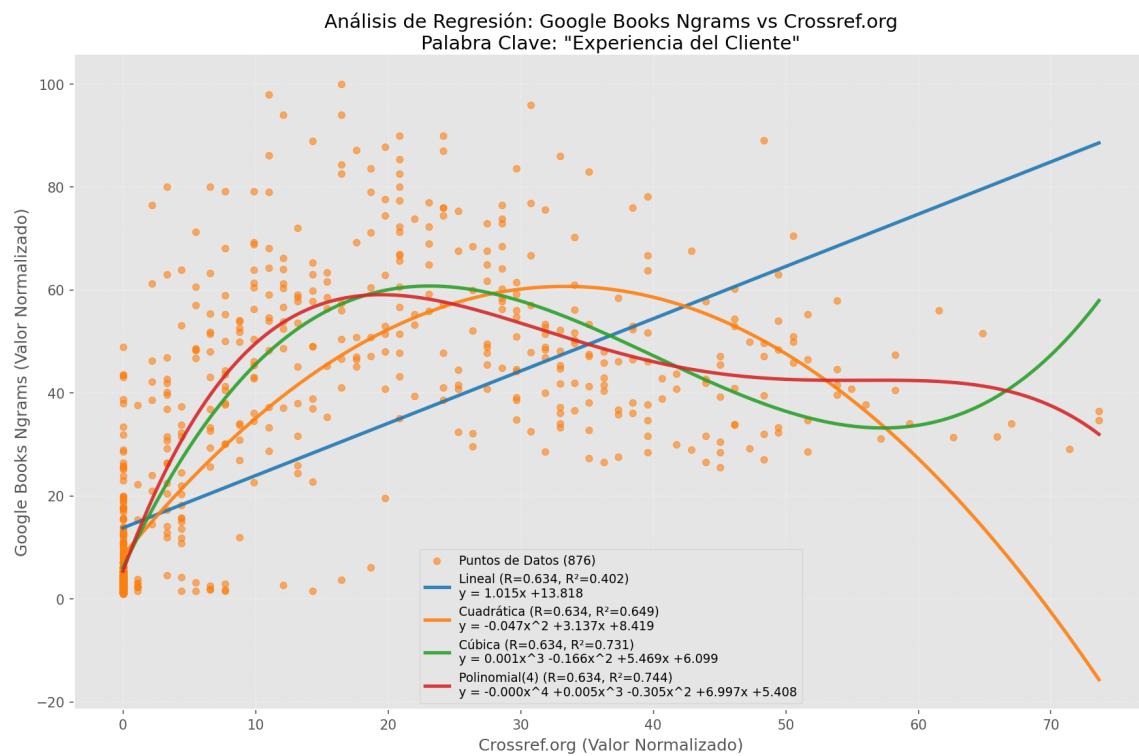


Figura: Análisis de Regresión: Google Books Ngrams vs Crossref.org Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

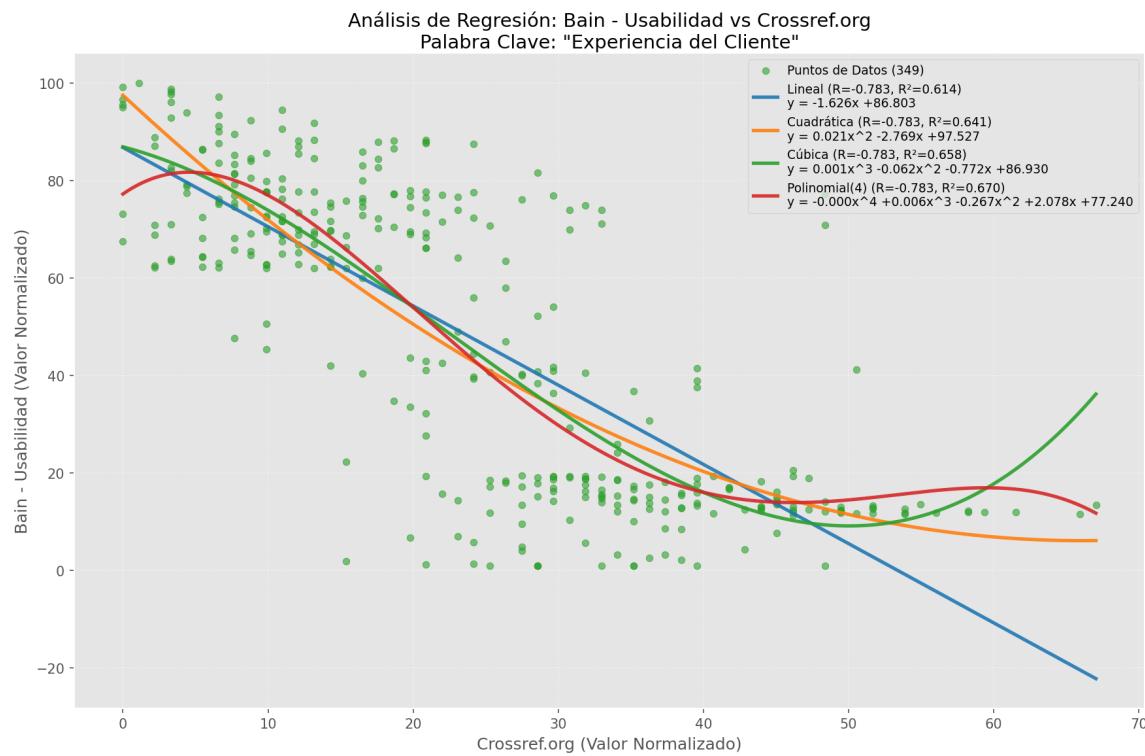


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Usabilidad vs Crossref.org Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

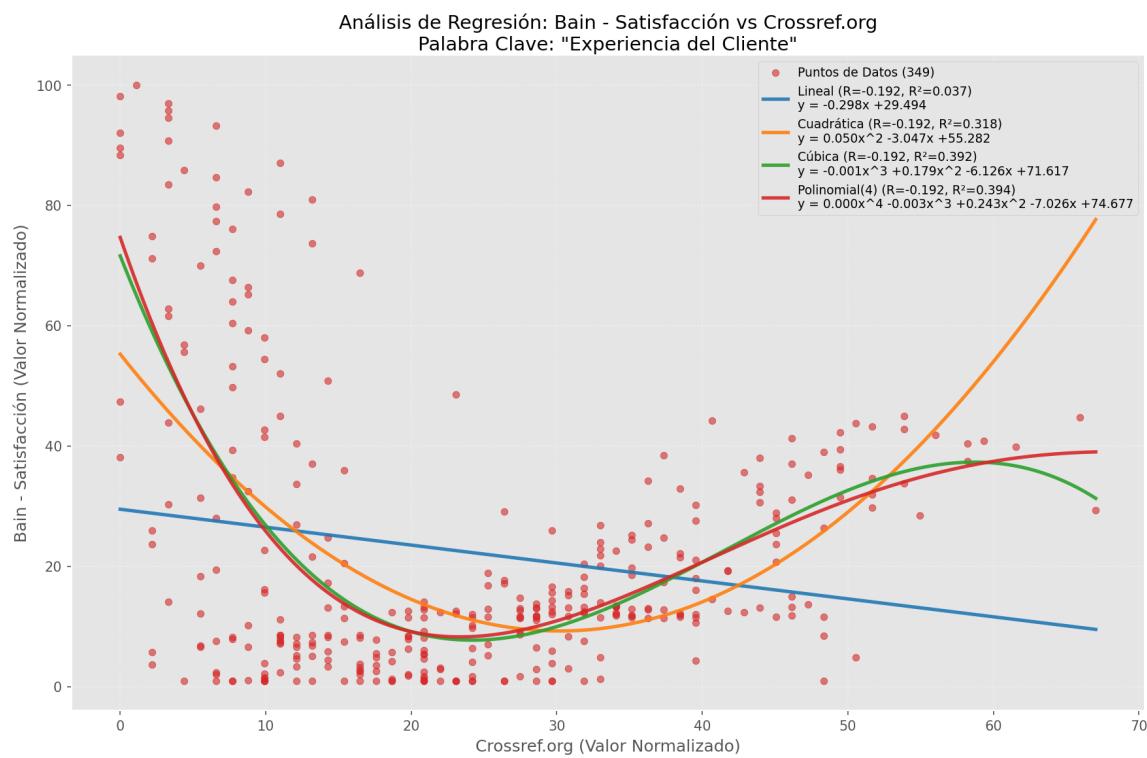


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Satisfacción vs Crossref.org Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

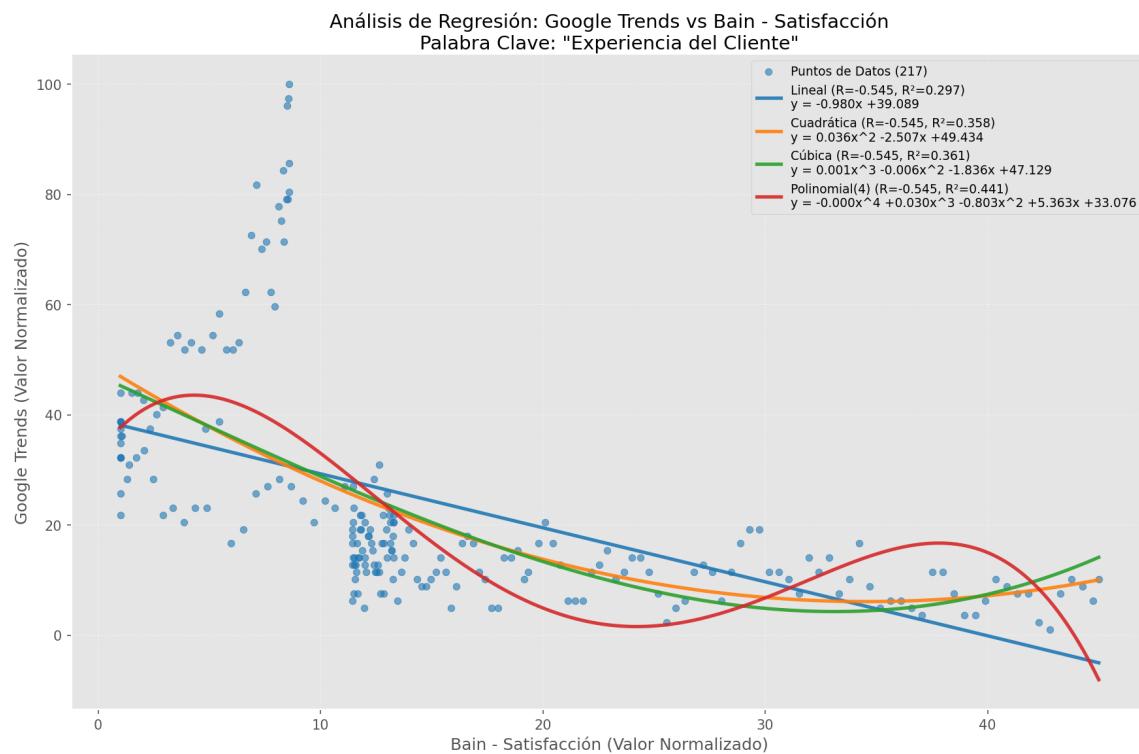


Figura: Análisis de Regresión: Google Trends vs Bain - Satisfacción Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

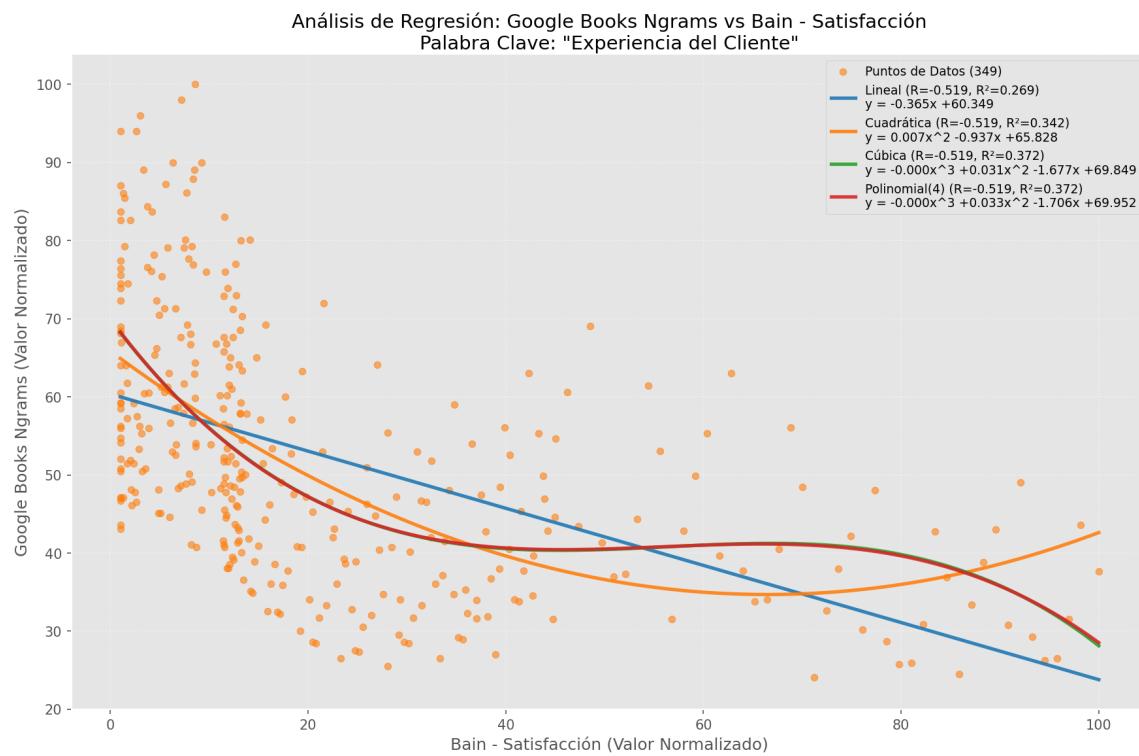


Figura: Análisis de Regresión: Google Books Ngrams vs Bain - Satisfacción Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

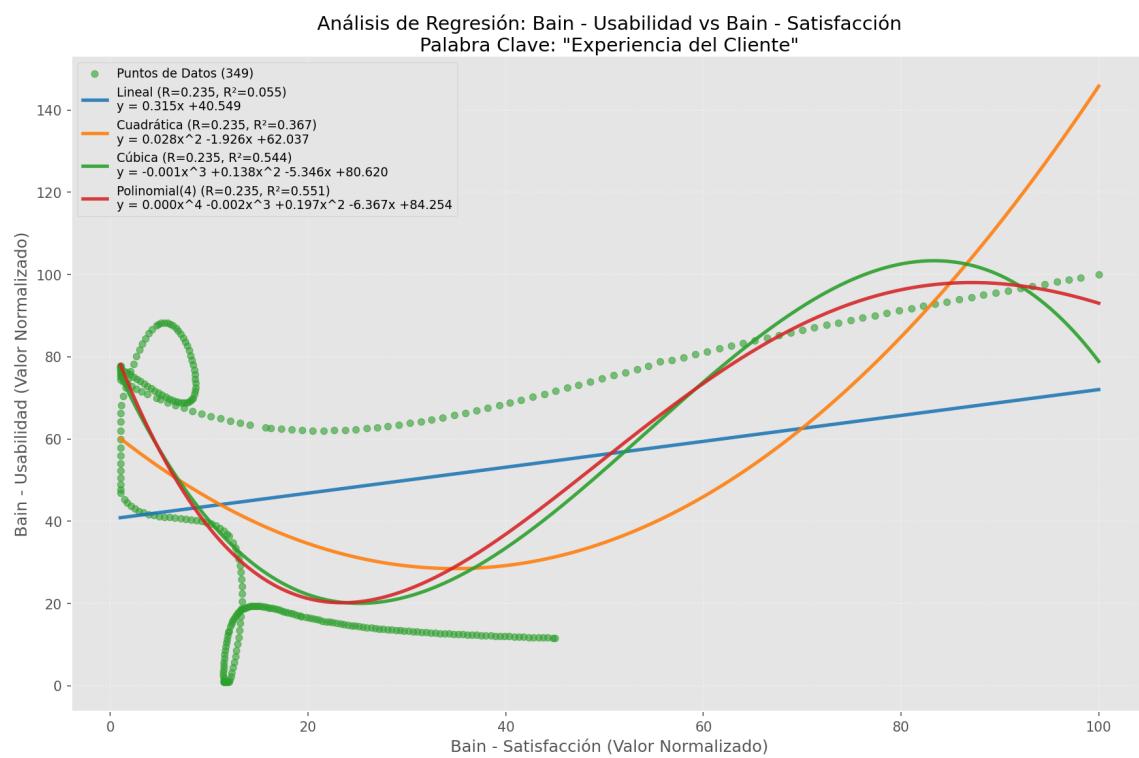


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Usabilidad vs Bain - Satisfacción Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

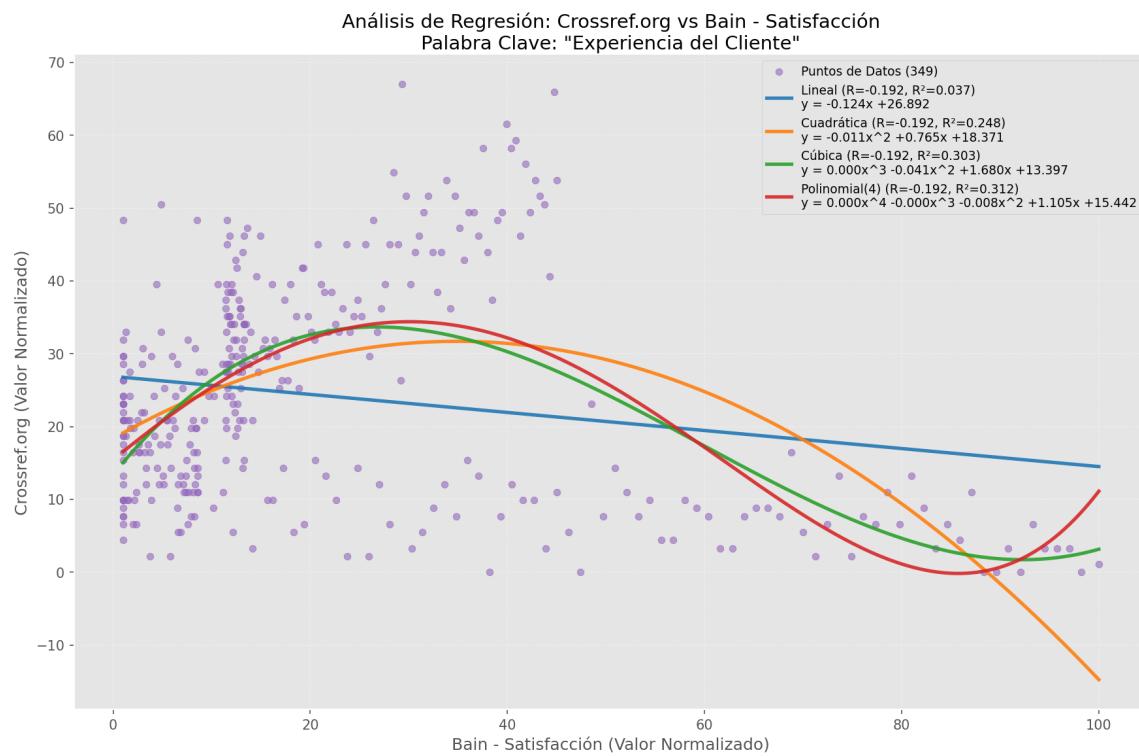


Figura: Análisis de Regresión: Crossref.org vs Bain - Satisfacción Palabra Clave: "Experiencia del Cliente"

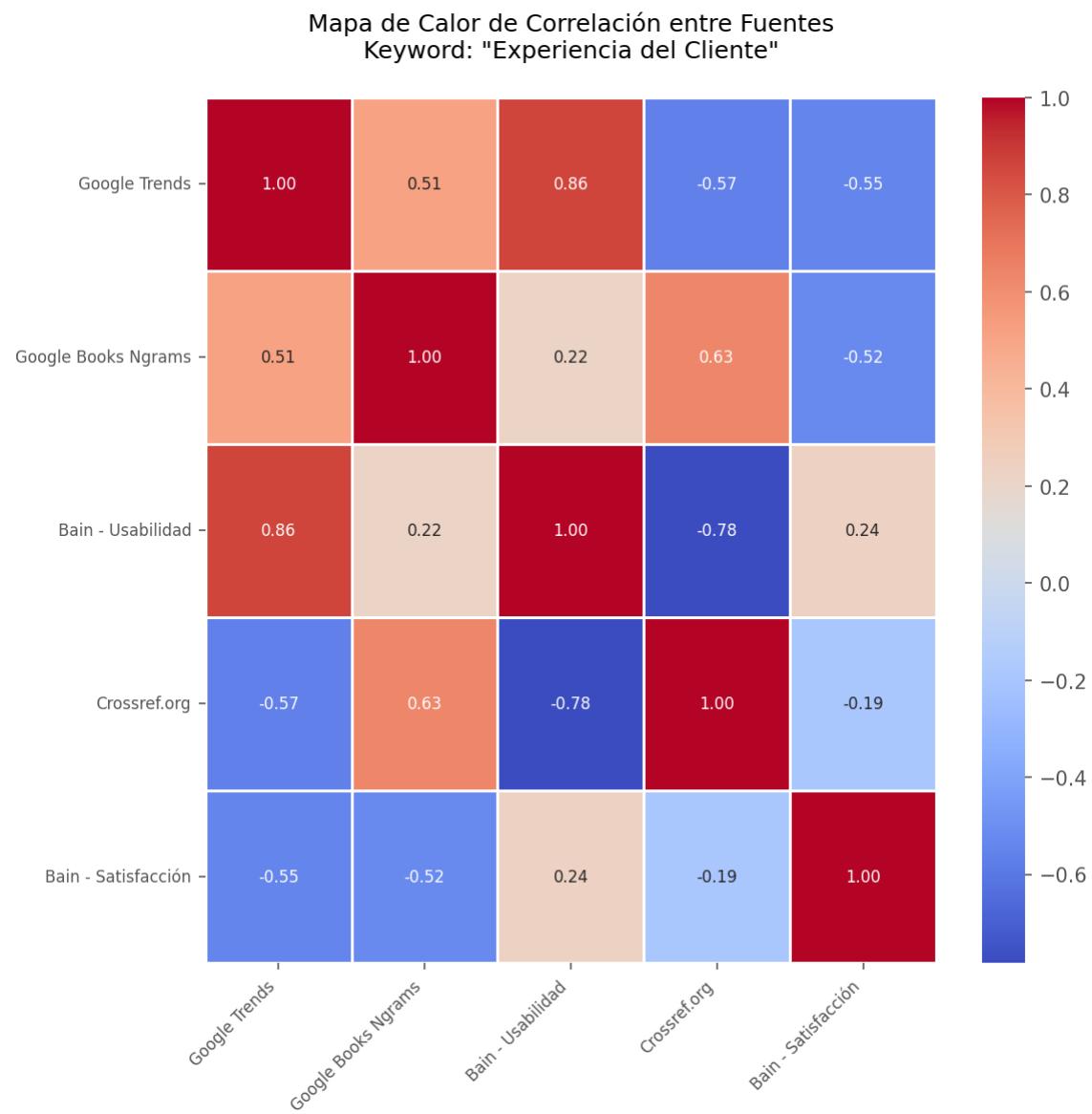


Figura: Mapa de Calor de Correlación entre Fuentes (Experiencia del Cliente)

PCA Varianza Explicada para "Experiencia del Cliente"
(Google Trends, Google Books Ngrams, Bain - Usabilidad, Crossref.org, Bain - Satisfacción)

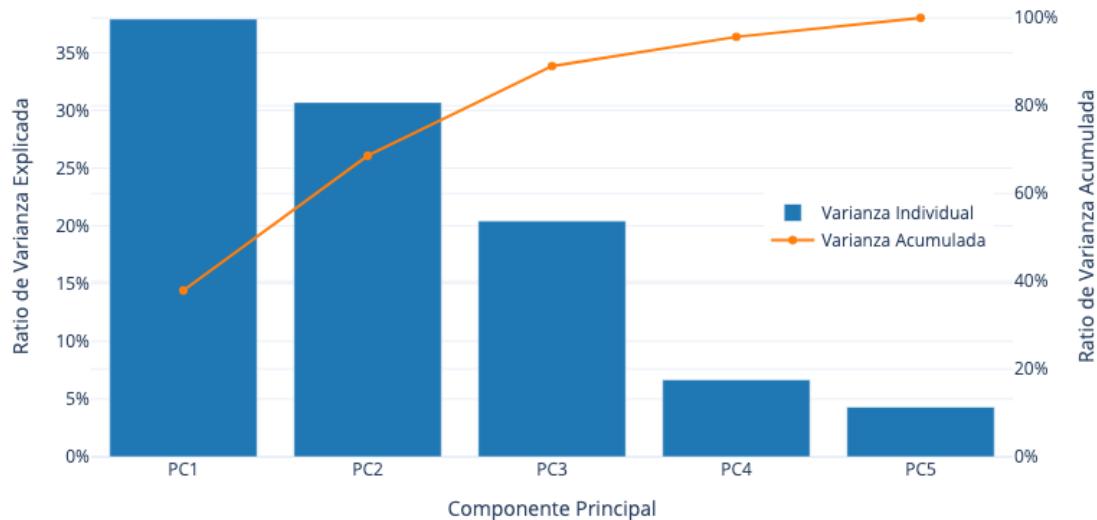


Figura: PCA Varianza Explicada para "Experiencia del Cliente"
(Google Trends, Google Books Ngrams, Bain - Usabilidad, Crossref.org, Bain - Satisfacción)

PCA Gráfico de Cargas PC1 vs PC2 para "Experiencia del Cliente"
(Google Trends, Google Books Ngrams, Bain - Usabilidad, Crossref.org, Bain - Satisfacción)

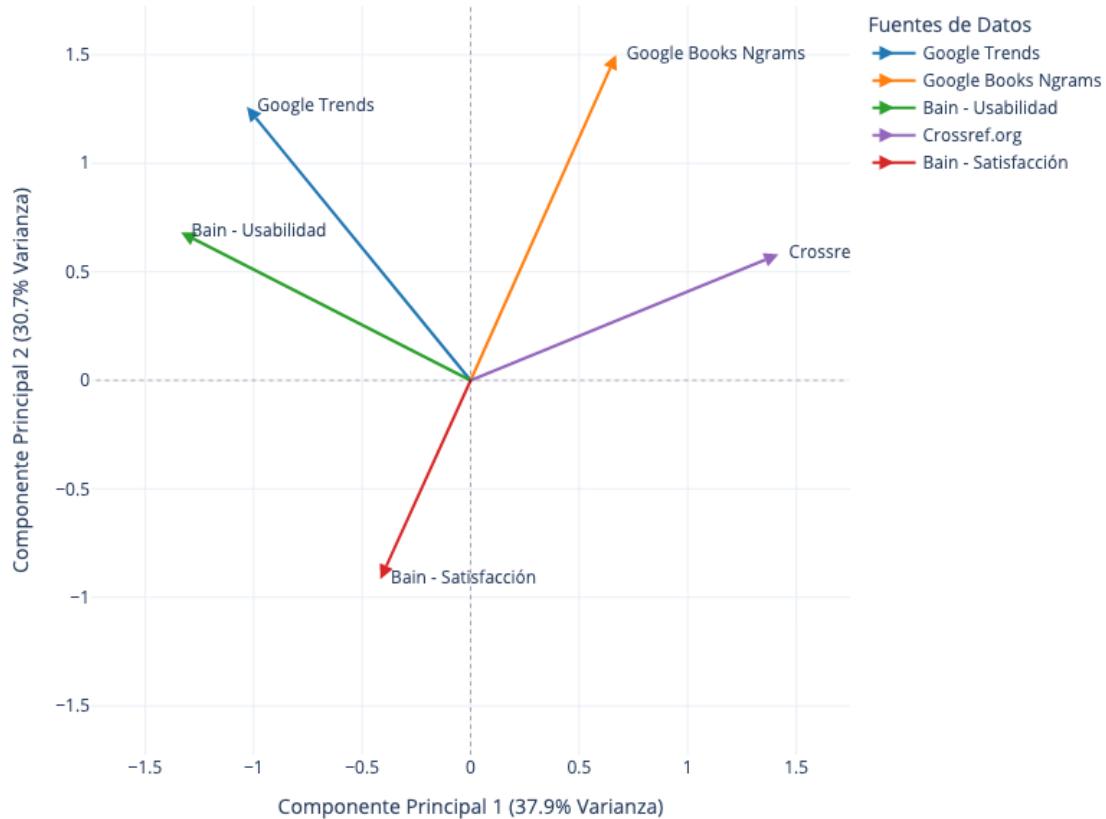


Figura: PCA Gráfico de Cargas PC1 vs PC2 para "Experiencia del Cliente"
(Google Trends, Google Books Ngrams, Bain - Usabilidad, Crossref.org, Bain - Satisfacción)

Datos

Herramientas Gerenciales:

Experiencia del Cliente

Fuentes de Datos:

Google Trends, Google Books Ngrams, Bain - Usabilidad, Crossref.org, Bain - Satisfacción

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1950-01-01		4.61381095806...		0.0	
1950-02-01		5.33865782259...		0.0	
1950-03-01		3.85723713154...		0.0	
1950-04-01		3.24122643744...		0.0	
1950-05-01		3.21614944668...		0.0	
1950-06-01		3.58880165149...		0.0	
1950-07-01		5.99761413245...		0.0	
1950-08-01		3.77281803106...		0.0	
1950-09-01		5.26941690074...		0.0	
1950-10-01		4.75031303935...		0.0	
1950-11-01		4.08150868049...		0.0	
1950-12-01		3.00507631391...		0.0	
1951-01-01		4.61381095806...		0.0	
1951-02-01		5.33865782259...		0.0	
1951-03-01		3.85723713154...		0.0	
1951-04-01		3.24122643744...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1951-05-01		3.21614944668...		0.0	
1951-06-01		3.58880165149...		0.0	
1951-07-01		5.99761413245...		0.0	
1951-08-01		3.77281803106...		0.0	
1951-09-01		5.26941690074...		0.0	
1951-10-01		4.75031303935...		0.0	
1951-11-01		4.08150868049...		0.0	
1951-12-01		3.00507631391...		0.0	
1952-01-01		6.15259399641...		0.0	
1952-02-01		7.11905648245...		0.0	
1952-03-01		5.14382889437...		0.0	
1952-04-01		4.32248130224...		0.0	
1952-05-01		4.28904531456...		0.0	
1952-06-01		4.78591492097...		0.0	
1952-07-01		7.99766489559...		0.0	
1952-08-01		5.03127009374...		0.0	
1952-09-01		7.02673525330...		0.0	
1952-10-01		6.33459677146...		0.0	
1952-11-01		5.44285762631...		0.0	
1952-12-01		4.00761447087...		0.0	
1953-01-01		5.38320247724...		0.0	
1953-02-01		6.22885715252...		0.0	
1953-03-01		4.50053301296...		0.0	
1953-04-01		3.78185386984...		0.0	
1953-05-01		3.75259738062...		0.0	
1953-06-01		4.18735828623...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1953-07-01		6.99763951402...		0.0	
1953-08-01		4.40204406240...		0.0	
1953-09-01		6.14807607702...		0.0	
1953-10-01		5.54245490541...		0.0	
1953-11-01		4.76218315340...		0.0	
1953-12-01		3.50634539239...		0.0	
1954-01-01		6.92198551558...		0.0	
1954-02-01		8.00925581237...		0.0	
1954-03-01		5.78712477579...		0.0	
1954-04-01		4.86310873464...		0.0	
1954-05-01		4.82549324850...		0.0	
1954-06-01		5.38447155572...		0.0	
1954-07-01		8.99769027716...		0.0	
1954-08-01		5.66049612508...		0.0	
1954-09-01		7.90539442959...		0.0	
1954-10-01		7.12673863751...		0.0	
1954-11-01		6.12353209922...		0.0	
1954-12-01		4.50888354935...		0.0	
1955-01-01		4.61381095806...		0.0	
1955-02-01		5.33865782259...		0.0	
1955-03-01		3.85723713154...		0.0	
1955-04-01		3.24122643744...		0.0	
1955-05-01		3.21614944668...		0.0	
1955-06-01		3.58880165149...		0.0	
1955-07-01		5.99761413245...		0.0	
1955-08-01		3.77281803106...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1955-09-01		5.26941690074...		0.0	
1955-10-01		4.75031303935...		0.0	
1955-11-01		4.08150868049...		0.0	
1955-12-01		3.00507631391...		0.0	
1956-01-01		5.38320247724...		0.0	
1956-02-01		6.22885715252...		0.0	
1956-03-01		4.50053301296...		0.0	
1956-04-01		3.78185386984...		0.0	
1956-05-01		3.75259738062...		0.0	
1956-06-01		4.18735828623...		0.0	
1956-07-01		6.99763951402...		0.0	
1956-08-01		4.40204406240...		0.0	
1956-09-01		6.14807607702...		0.0	
1956-10-01		5.54245490541...		0.0	
1956-11-01		4.76218315340...		0.0	
1956-12-01		3.50634539239...		0.0	
1957-01-01		5.38320247724...		0.0	
1957-02-01		6.22885715252...		0.0	
1957-03-01		4.50053301296...		0.0	
1957-04-01		3.78185386984...		0.0	
1957-05-01		3.75259738062...		0.0	
1957-06-01		4.18735828623...		0.0	
1957-07-01		6.99763951402...		0.0	
1957-08-01		4.40204406240...		0.0	
1957-09-01		6.14807607702...		18.6813186813...	
1957-10-01		5.54245490541...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1957-11-01		4.76218315340...		0.0	
1957-12-01		3.50634539239...		0.0	
1958-01-01		5.38320247724...		0.0	
1958-02-01		6.22885715252...		0.0	
1958-03-01		4.50053301296...		0.0	
1958-04-01		3.78185386984...		16.4835164835...	
1958-05-01		3.75259738062...		0.0	
1958-06-01		4.18735828623...		0.0	
1958-07-01		6.99763951402...		0.0	
1958-08-01		4.40204406240...		0.0	
1958-09-01		6.14807607702...		0.0	
1958-10-01		5.54245490541...		0.0	
1958-11-01		4.76218315340...		0.0	
1958-12-01		3.50634539239...		0.0	
1959-01-01		4.61381095806...		3.29670329670...	
1959-02-01		5.33865782259...		0.0	
1959-03-01		3.85723713154...		0.0	
1959-04-01		3.24122643744...		0.0	
1959-05-01		3.21614944668...		0.0	
1959-06-01		3.58880165149...		0.0	
1959-07-01		5.99761413245...		0.0	
1959-08-01		3.77281803106...		0.0	
1959-09-01		5.26941690074...		0.0	
1959-10-01		4.75031303935...		0.0	
1959-11-01		4.08150868049...		0.0	
1959-12-01		3.00507631391...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1960-01-01		4.61381095806...		0.0	
1960-02-01		5.33865782259...		0.0	
1960-03-01		3.85723713154...		0.0	
1960-04-01		3.24122643744...		0.0	
1960-05-01		3.21614944668...		0.0	
1960-06-01		3.58880165149...		0.0	
1960-07-01		5.99761413245...		0.0	
1960-08-01		3.77281803106...		0.0	
1960-09-01		5.26941690074...		0.0	
1960-10-01		4.75031303935...		0.0	
1960-11-01		4.08150868049...		0.0	
1960-12-01		3.00507631391...		0.0	
1961-01-01		4.61381095806...		0.0	
1961-02-01		5.33865782259...		0.0	
1961-03-01		3.85723713154...		0.0	
1961-04-01		3.24122643744...		0.0	
1961-05-01		3.21614944668...		0.0	
1961-06-01		3.58880165149...		0.0	
1961-07-01		5.99761413245...		0.0	
1961-08-01		3.77281803106...		0.0	
1961-09-01		5.26941690074...		0.0	
1961-10-01		4.75031303935...		0.0	
1961-11-01		4.08150868049...		0.0	
1961-12-01		3.00507631391...		0.0	
1962-01-01		5.38320247724...		0.0	
1962-02-01		6.22885715252...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1962-03-01		4.50053301296...		0.0	
1962-04-01		3.78185386984...		0.0	
1962-05-01		3.75259738062...		0.0	
1962-06-01		4.18735828623...		0.0	
1962-07-01		6.99763951402...		0.0	
1962-08-01		4.40204406240...		0.0	
1962-09-01		6.14807607702...		0.0	
1962-10-01		5.54245490541...		0.0	
1962-11-01		4.76218315340...		0.0	
1962-12-01		3.50634539239...		0.0	
1963-01-01		3.84441943889...		0.0	
1963-02-01		4.44845849267...		0.0	
1963-03-01		3.21394125012...		0.0	
1963-04-01		2.70059900504...		0.0	
1963-05-01		2.67970151274...		0.0	
1963-06-01		2.99024501675...		0.0	
1963-07-01		4.99758875088...		0.0	
1963-08-01		3.14359199972...		0.0	
1963-09-01		4.39075772445...		0.0	
1963-10-01		3.95817117330...		0.0	
1963-11-01		3.40083420758...		0.0	
1963-12-01		2.50380723543...		0.0	
1964-01-01		4.61381095806...		0.0	
1964-02-01		5.33865782259...		0.0	
1964-03-01		3.85723713154...		0.0	
1964-04-01		3.24122643744...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1964-05-01		3.21614944668...		0.0	
1964-06-01		3.58880165149...		0.0	
1964-07-01		5.99761413245...		0.0	
1964-08-01		3.77281803106...		0.0	
1964-09-01		5.26941690074...		0.0	
1964-10-01		4.75031303935...		0.0	
1964-11-01		4.08150868049...		0.0	
1964-12-01		3.00507631391...		0.0	
1965-01-01		2.30563640055...		0.0	
1965-02-01		2.66805983282...		0.0	
1965-03-01		1.92734948729...		0.0	
1965-04-01		1.61934414024...		0.0	
1965-05-01		1.60680564486...		0.0	
1965-06-01		1.79313174726...		0.0	
1965-07-01		2.99753798774...		0.0	
1965-08-01		1.88513993705...		0.0	
1965-09-01		2.63343937189...		0.0	
1965-10-01		2.37388744119...		0.0	
1965-11-01		2.03948526176...		0.0	
1965-12-01		1.50126907847...		0.0	
1966-01-01		1.53624488138...		0.0	
1966-02-01		1.77786050289...		0.0	
1966-03-01		1.28405360587...		0.0	
1966-04-01		1.07871670784...		0.0	
1966-05-01		1.07035771092...		0.0	
1966-06-01		1.19457511252...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1966-07-01		1.99751260617...		0.0	
1966-08-01		1.25591390571...		0.0	
1966-09-01		1.75478019560...		0.0	
1966-10-01		1.58174557514...		0.0	
1966-11-01		1.35881078885...		0.0	
1966-12-01		1.0		0.0	
1967-01-01		1.53624488138...		0.0	
1967-02-01		1.77786050289...		0.0	
1967-03-01		1.28405360587...		0.0	
1967-04-01		1.07871670784...		0.0	
1967-05-01		1.07035771092...		0.0	
1967-06-01		1.19457511252...		0.0	
1967-07-01		1.99751260617...		0.0	
1967-08-01		1.25591390571...		0.0	
1967-09-01		1.75478019560...		0.0	
1967-10-01		1.58174557514...		0.0	
1967-11-01		1.35881078885...		0.0	
1967-12-01		1.0		0.0	
1968-01-01		2.30563640055...		0.0	
1968-02-01		2.66805983282...		0.0	
1968-03-01		1.92734948729...		0.0	
1968-04-01		1.61934414024...		0.0	
1968-05-01		1.60680564486...		0.0	
1968-06-01		1.79313174726...		0.0	
1968-07-01		2.99753798774...		0.0	
1968-08-01		1.88513993705...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1968-09-01		2.63343937189...		0.0	
1968-10-01		2.37388744119...		0.0	
1968-11-01		2.03948526176...		0.0	
1968-12-01		1.50126907847...		0.0	
1969-01-01		2.30563640055...		0.0	
1969-02-01		2.66805983282...		0.0	
1969-03-01		1.92734948729...		0.0	
1969-04-01		1.61934414024...		0.0	
1969-05-01		1.60680564486...		0.0	
1969-06-01		1.79313174726...		0.0	
1969-07-01		2.99753798774...		0.0	
1969-08-01		1.88513993705...		0.0	
1969-09-01		2.63343937189...		0.0	
1969-10-01		2.37388744119...		0.0	
1969-11-01		2.03948526176...		0.0	
1969-12-01		1.50126907847...		0.0	
1970-01-01		1.53624488138...		7.69230769230...	
1970-02-01		1.77786050289...		0.0	
1970-03-01		1.28405360587...		0.0	
1970-04-01		1.07871670784...		0.0	
1970-05-01		1.07035771092...		0.0	
1970-06-01		1.19457511252...		0.0	
1970-07-01		1.99751260617...		0.0	
1970-08-01		1.25591390571...		0.0	
1970-09-01		1.75478019560...		0.0	
1970-10-01		1.58174557514...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1970-11-01		1.35881078885...		0.0	
1970-12-01		1.0		0.0	
1971-01-01		2.30563640055...		0.0	
1971-02-01		2.66805983282...		0.0	
1971-03-01		1.92734948729...		0.0	
1971-04-01		1.61934414024...		0.0	
1971-05-01		1.60680564486...		0.0	
1971-06-01		1.79313174726...		0.0	
1971-07-01		2.99753798774...		0.0	
1971-08-01		1.88513993705...		0.0	
1971-09-01		2.63343937189...		0.0	
1971-10-01		2.37388744119...		0.0	
1971-11-01		2.03948526176...		0.0	
1971-12-01		1.50126907847...		0.0	
1972-01-01		1.53624488138...		0.0	
1972-02-01		1.77786050289...		0.0	
1972-03-01		1.28405360587...		0.0	
1972-04-01		1.07871670784...		0.0	
1972-05-01		1.07035771092...		0.0	
1972-06-01		1.19457511252...		0.0	
1972-07-01		1.99751260617...		0.0	
1972-08-01		1.25591390571...		0.0	
1972-09-01		1.75478019560...		7.69230769230...	
1972-10-01		1.58174557514...		0.0	
1972-11-01		1.35881078885...		0.0	
1972-12-01		1.0		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1973-01-01		2.30563640055...		1.09890109890...	
1973-02-01		2.66805983282...		0.0	
1973-03-01		1.92734948729...		0.0	
1973-04-01		1.61934414024...		0.0	
1973-05-01		1.60680564486...		0.0	
1973-06-01		1.79313174726...		0.0	
1973-07-01		2.99753798774...		7.69230769230...	
1973-08-01		1.88513993705...		0.0	
1973-09-01		2.63343937189...		0.0	
1973-10-01		2.37388744119...		0.0	
1973-11-01		2.03948526176...		0.0	
1973-12-01		1.50126907847...		0.0	
1974-01-01		2.30563640055...		0.0	
1974-02-01		2.66805983282...		0.0	
1974-03-01		1.92734948729...		0.0	
1974-04-01		1.61934414024...		14.2857142857...	
1974-05-01		1.60680564486...		0.0	
1974-06-01		1.79313174726...		0.0	
1974-07-01		2.99753798774...		0.0	
1974-08-01		1.88513993705...		0.0	
1974-09-01		2.63343937189...		0.0	
1974-10-01		2.37388744119...		0.0	
1974-11-01		2.03948526176...		0.0	
1974-12-01		1.50126907847...		0.0	
1975-01-01		2.30563640055...		1.09890109890...	
1975-02-01		2.66805983282...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1975-03-01		1.92734948729...		0.0	
1975-04-01		1.61934414024...		0.0	
1975-05-01		1.60680564486...		0.0	
1975-06-01		1.79313174726...		0.0	
1975-07-01		2.99753798774...		0.0	
1975-08-01		1.88513993705...		0.0	
1975-09-01		2.63343937189...		0.0	
1975-10-01		2.37388744119...		0.0	
1975-11-01		2.03948526176...		0.0	
1975-12-01		1.50126907847...		4.39560439560...	
1976-01-01		1.53624488138...		1.09890109890...	
1976-02-01		1.77786050289...		0.0	
1976-03-01		1.28405360587...		0.0	
1976-04-01		1.07871670784...		0.0	
1976-05-01		1.07035771092...		0.0	
1976-06-01		1.19457511252...		0.0	
1976-07-01		1.99751260617...		0.0	
1976-08-01		1.25591390571...		0.0	
1976-09-01		1.75478019560...		6.59340659340...	
1976-10-01		1.58174557514...		0.0	
1976-11-01		1.35881078885...		0.0	
1976-12-01		1.0		0.0	
1977-01-01		2.30563640055...		1.09890109890...	
1977-02-01		2.66805983282...		0.0	
1977-03-01		1.92734948729...		0.0	
1977-04-01		1.61934414024...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1977-05-01		1.60680564486...		0.0	
1977-06-01		1.79313174726...		0.0	
1977-07-01		2.99753798774...		0.0	
1977-08-01		1.88513993705...		0.0	
1977-09-01		2.63343937189...		0.0	
1977-10-01		2.37388744119...		0.0	
1977-11-01		2.03948526176...		0.0	
1977-12-01		1.50126907847...		0.0	
1978-01-01		2.30563640055...		0.0	
1978-02-01		2.66805983282...		0.0	
1978-03-01		1.92734948729...		0.0	
1978-04-01		1.61934414024...		0.0	
1978-05-01		1.60680564486...		0.0	
1978-06-01		1.79313174726...		0.0	
1978-07-01		2.99753798774...		0.0	
1978-08-01		1.88513993705...		0.0	
1978-09-01		2.63343937189...		0.0	
1978-10-01		2.37388744119...		0.0	
1978-11-01		2.03948526176...		0.0	
1978-12-01		1.50126907847...		0.0	
1979-01-01		1.53624488138...		0.0	
1979-02-01		1.77786050289...		0.0	
1979-03-01		1.28405360587...		0.0	
1979-04-01		1.07871670784...		0.0	
1979-05-01		1.07035771092...		0.0	
1979-06-01		1.19457511252...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1979-07-01		1.99751260617...		6.59340659340...	
1979-08-01		1.25591390571...		0.0	
1979-09-01		1.75478019560...		0.0	
1979-10-01		1.58174557514...		5.49450549450...	
1979-11-01		1.35881078885...		0.0	
1979-12-01		1.0		0.0	
1980-01-01		3.07502791972...		1.09890109890...	
1980-02-01		3.55825916274...		0.0	
1980-03-01		2.57064536870...		0.0	
1980-04-01		2.15997157264...		0.0	
1980-05-01		2.14325357880...		0.0	
1980-06-01		2.39168838200...		0.0	
1980-07-01		3.99756336931...		0.0	
1980-08-01		2.51436596839...		0.0	
1980-09-01		3.51209854817...		0.0	
1980-10-01		3.16602930725...		5.49450549450...	
1980-11-01		2.72015973467...		0.0	
1980-12-01		2.00253815695...		0.0	
1981-01-01		2.30563640055...		0.0	
1981-02-01		2.66805983282...		0.0	
1981-03-01		1.92734948729...		0.0	
1981-04-01		1.61934414024...		0.0	
1981-05-01		1.60680564486...		0.0	
1981-06-01		1.79313174726...		0.0	
1981-07-01		2.99753798774...		0.0	
1981-08-01		1.88513993705...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1981-09-01		2.63343937189...		0.0	
1981-10-01		2.37388744119...		0.0	
1981-11-01		2.03948526176...		0.0	
1981-12-01		1.50126907847...		0.0	
1982-01-01		3.07502791972...		1.09890109890...	
1982-02-01		3.55825916274...		0.0	
1982-03-01		2.57064536870...		0.0	
1982-04-01		2.15997157264...		0.0	
1982-05-01		2.14325357880...		0.0	
1982-06-01		2.39168838200...		0.0	
1982-07-01		3.99756336931...		0.0	
1982-08-01		2.51436596839...		0.0	
1982-09-01		3.51209854817...		0.0	
1982-10-01		3.16602930725...		0.0	
1982-11-01		2.72015973467...		12.0879120879...	
1982-12-01		2.00253815695...		0.0	
1983-01-01		3.07502791972...		0.0	
1983-02-01		3.55825916274...		0.0	
1983-03-01		2.57064536870...		0.0	
1983-04-01		2.15997157264...		0.0	
1983-05-01		2.14325357880...		0.0	
1983-06-01		2.39168838200...		0.0	
1983-07-01		3.99756336931...		0.0	
1983-08-01		2.51436596839...		6.59340659340...	
1983-09-01		3.51209854817...		0.0	
1983-10-01		3.16602930725...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1983-11-01		2.72015973467...		0.0	
1983-12-01		2.00253815695...		0.0	
1984-01-01		3.84441943889...		1.09890109890...	
1984-02-01		4.44845849267...		0.0	
1984-03-01		3.21394125012...		0.0	
1984-04-01		2.70059900504...		0.0	
1984-05-01		2.67970151274...		0.0	
1984-06-01		2.99024501675...		0.0	
1984-07-01		4.99758875088...		0.0	
1984-08-01		3.14359199972...		0.0	
1984-09-01		4.39075772445...		0.0	
1984-10-01		3.95817117330...		0.0	
1984-11-01		3.40083420758...		0.0	
1984-12-01		2.50380723543...		0.0	
1985-01-01		5.38320247724...		0.0	
1985-02-01		6.22885715252...		0.0	
1985-03-01		4.50053301296...		0.0	
1985-04-01		3.78185386984...		0.0	
1985-05-01		3.75259738062...		0.0	
1985-06-01		4.18735828623...		4.39560439560...	
1985-07-01		6.99763951402...		0.0	
1985-08-01		4.40204406240...		0.0	
1985-09-01		6.14807607702...		0.0	
1985-10-01		5.54245490541...		0.0	
1985-11-01		4.76218315340...		0.0	
1985-12-01		3.50634539239...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1986-01-01		15.3852922264...		0.0	
1986-02-01		17.8014484415...		0.0	
1986-03-01		12.8633794713...		0.0	
1986-04-01		10.8100104910...		0.0	
1986-05-01		10.7264205218...		0.0	
1986-06-01		11.9685945378...		8.79120879120...	
1986-07-01		19.9979694744...		0.0	
1986-08-01		12.5819824697...		0.0	
1986-09-01		17.5706453687...		0.0	
1986-10-01		15.8402991641...		4.39560439560...	
1986-11-01		13.6109513012...		0.0	
1986-12-01		10.0228434126...		0.0	
1987-01-01		10.7689431114...		0.0	
1987-02-01		12.4602524620...		0.0	
1987-03-01		9.00360418288...		0.0	
1987-04-01		7.56624589664...		0.0	
1987-05-01		7.50773291820...		0.0	
1987-06-01		8.37725472943...		0.0	
1987-07-01		13.9978171850...		0.0	
1987-08-01		8.80662628176...		0.0	
1987-09-01		12.2986903110...		0.0	
1987-10-01		11.0874479677...		0.0	
1987-11-01		9.52690446377...		0.0	
1987-12-01		7.01522894175...		0.0	
1988-01-01		15.3852922264...		1.09890109890...	
1988-02-01		17.8014484415...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1988-03-01		12.8633794713...		3.29670329670...	
1988-04-01		10.8100104910...		4.39560439560...	
1988-05-01		10.7264205218...		0.0	
1988-06-01		11.9685945378...		3.29670329670...	
1988-07-01		19.9979694744...		0.0	
1988-08-01		12.5819824697...		0.0	
1988-09-01		17.5706453687...		0.0	
1988-10-01		15.8402991641...		0.0	
1988-11-01		13.6109513012...		4.39560439560...	
1988-12-01		10.0228434126...		0.0	
1989-01-01		16.9240752648...		0.0	
1989-02-01		19.5818471014...		19.7802197802...	
1989-03-01		14.1499712342...		3.29670329670...	
1989-04-01		11.8912653558...		0.0	
1989-05-01		11.7993163897...		4.39560439560...	
1989-06-01		13.1657078073...		0.0	
1989-07-01		21.9980202375...		4.39560439560...	
1989-08-01		13.8404345324...		0.0	
1989-09-01		19.3279637212...		0.0	
1989-10-01		17.4245828962...		0.0	
1989-11-01		14.9723002470...		4.39560439560...	
1989-12-01		11.0253815695...		0.0	
1990-01-01		22.3098158990...		1.09890109890...	
1990-02-01		25.8132424109...		0.0	
1990-03-01		18.6530424041...		0.0	
1990-04-01		15.6756573826...		4.39560439560...	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1990-05-01		15.5544519273...		0.0	
1990-06-01		17.3556042505...		3.29670329670...	
1990-07-01		28.9981979085...		0.0	
1990-08-01		18.2450167518...		4.39560439560...	
1990-09-01		25.4785779552...		0.0	
1990-10-01		22.9695759585...		0.0	
1990-11-01		19.7370215574...		0.0	
1990-12-01		14.5342651189...		2.19780219780...	
1991-01-01		29.2343395715...		3.29670329670...	
1991-02-01		33.8250363802...		4.39560439560...	
1991-03-01		24.4427053368...		13.1868131868...	
1991-04-01		20.5413042742...		3.29670329670...	
1991-05-01		20.3824833327...		4.39560439560...	
1991-06-01		22.7426139632...		14.2857142857...	
1991-07-01		37.9984263426...		0.0	
1991-08-01		23.9080510338...		0.0	
1991-09-01		33.3865105418...		0.0	
1991-10-01		30.0988527530...		7.69230769230...	
1991-11-01		25.8630918135...		0.0	
1991-12-01		19.0456868252...		0.0	
1992-01-01		32.3119056482...		4.39560439560...	
1992-02-01		37.385833699956		4.39560439560...	
1992-03-01		27.0158888625...		8.79120879120...	
1992-04-01		22.7038140038...		9.89010989010...	
1992-05-01		22.5282750685...		3.29670329670...	
1992-06-01		25.1368405022...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1992-07-01		41.9985278689...		3.29670329670...	
1992-08-01		26.4249551592...		0.0	
1992-09-01		36.9011472469...		3.29670329670...	
1992-10-01		33.2674202172...		6.59340659340...	
1992-11-01		28.5857897052...		0.0	
1992-12-01		21.0507631391...		2.19780219780...	
1993-01-01		37.6976462824...	100.0	1.09890109890...	100.0
1993-02-01		43.6172290094...	99.2381877470...	0.0	98.1968836940...
1993-03-01		31.5189600324...	98.7326727097...	3.29670329670...	97.0016701552...
1993-04-01		26.4882060306...	98.2092597225...	3.29670329670...	95.7661119048...
1993-05-01		26.2834106061...	97.6847420828...	3.29670329670...	94.5308016008...
1993-06-01		29.3267369454...	97.158812891806	6.59340659340...	93.2958081288...
1993-07-01		48.9987055399...	96.6311342272...	0.0	92.0612073375...
1993-08-01		30.8295373785...	96.0926965575...	3.29670329670...	90.8068404635...
1993-09-01		43.0517614809...	95.5605464290...	0.0	89.5732433216...
1993-10-01		38.8124132796...	95.0256743102...	0.0	88.3402571481...
1993-11-01		33.3505110156...	94.4877908817...	10.9890109890...	87.1079468828...
1993-12-01		24.5596466885...	93.9465406417...	4.39560439560...	85.8763923204...
1994-01-01		36.9282547632...	93.3926650600...	6.59340659340...	84.6254905867...
1994-02-01		42.7270296795...	92.8617966566...	3.29670329670...	83.4359677766...
1994-03-01		30.8756641510...	92.3268324401...	8.79120879120...	82.2473642986...
1994-04-01		25.9475785982...	91.7692394569...	13.1868131868...	81.0194779717...
1994-05-01		25.7469626721...	91.2066834660...	6.59340659340...	79.7927056244...
1994-06-01		28.7281803106...	90.6388995069...	10.9890109890...	78.5671067286...
1994-07-01		47.9986801583...	90.0655077189...	6.59340659340...	77.3427665467...
1994-08-01		30.2003113472...	89.4766859232...	7.69230769230...	76.0997087192...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1994-09-01		42.1731023046...	88.8911059607...	2.19780219780...	74.8781042528...
1994-10-01		38.0202714135...	88.2989456523...	13.1868131868...	73.6579767880...
1994-11-01		32.6698365426...	87.6999576176...	6.59340659340...	72.4393818510...
1994-12-01		24.0583776100...	87.0937444160...	2.19780219780...	71.2224086500...
1995-01-01		48.4691275508...	86.4699192990...	5.49450549450...	69.9872075467...
1995-02-01		56.0800196284...	85.8688352905...	16.4835164835...	68.8134450883...
1995-03-01		40.5251023723...	85.2600047444...	7.69230769230...	67.6414213908...
1995-04-01		34.0569900842...	84.6223089486...	8.79120879120...	66.4315146639...
1995-05-01		33.7936816812...	83.9757917897...	8.79120879120...	65.2235879495...
1995-06-01		37.7065298318...	83.3202302460...	7.69230769230...	64.0176913065...
1995-07-01		62.9990608819...	82.6552025180...	3.29670329670...	62.8139194104...
1995-08-01		39.6387018173...	81.9693209466...	3.29670329670...	61.5926472840...
1995-09-01		55.3529899488...	81.2843883333...	7.69230769230...	60.3933431695...
1995-10-01		49.9023994043...	80.5890170188...	8.79120879120...	59.1963820897...
1995-11-01		42.8799536363...	79.8830015613...	9.89010989010...	58.0018101575...
1995-12-01		31.5774137872...	79.1659025815...	4.39560439560...	56.8097259942...
1996-01-01		53.0854766658...	78.7857142857...	4.39560439560...	55.6007021761...
1996-02-01		61.4212156079...	77.6990188848...	9.89010989010...	54.4332403288...
1996-03-01		44.3848776608...	76.9645214529...	7.69230769230...	53.2684100911...
1996-04-01		37.3007546786...	76.2120151270...	10.9890109890...	52.0868822986...
1996-05-01		37.0123692849...	75.4558965447...	14.2857142857...	50.9082029245...
1996-06-01		41.2978696402...	74.6984819919...	7.69230769230...	49.7324125883...
1996-07-01		68.9992131713...	73.9420592717...	23.0769230769...	48.5596154048...
1996-08-01		43.4140580053...	73.1766032326...	0.0	47.3707084152...
1996-09-01		60.6249450065...	72.4291080496...	5.49450549450...	46.2041158249...
1996-10-01		54.6552506006...	71.6895485711...	10.9890109890...	45.0407346752...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1996-11-01		46.9640004737...	70.9601155618...	3.29670329670...	43.8806016395...
1996-12-01		34.5850282581...	70.2432223461...	9.89010989010...	42.7238247786...
1997-01-01		45.3915614741...	69.5296811080...	9.89010989010...	41.5515697130...
1997-02-01		52.5192223087...	68.8668695195...	12.0879120879...	40.4393486193...
1997-03-01		37.9519188466...	68.2224217018...	7.69230769230...	39.3305073896...
1997-04-01		31.8944803546...	67.5770939783...	0.0	38.1876027901...
1997-05-01		31.6478899455...	66.9557030556...	13.1868131868...	37.0484126420...
1997-06-01		35.3123032928...	66.3602657734...	15.3846153846...	35.9129681515...
1997-07-01		58.9989593556...	65.7933693811...	7.69230769230...	34.7813828468...
1997-08-01		37.1217976919...	65.2485473400...	12.0879120879...	33.6352435709...
1997-09-01		51.8383532437...	64.7456765992...	8.79120879120...	32.5115949256...
1997-10-01		46.7338319401...	64.2782906202...	5.49450549450...	31.3920237538...
1997-11-01		40.1572557446...	63.8482807214...	3.29670329670...	30.2765573158...
1997-12-01		29.5723374733...	63.4583596733...	26.3736263736...	29.1653130857...
1998-01-01		55.3936512233...	63.1051514835...	6.59340659340...	28.0402173179...
1998-02-01		64.0918135977...	62.8113040259...	12.0879120879...	26.9736930494...
1998-03-01		46.3147653050...	62.5618868919...	2.19780219780...	25.9113680740...
1998-04-01		38.9226369758...	62.3516314411...	14.2857142857...	24.8173943438...
1998-05-01		38.6217130867...	62.1928618483...	2.19780219780...	23.7280010982...
1998-06-01		43.0935395444...	62.0872955069...	9.89010989010...	22.6432101298...
1998-07-01		71.9992893160...	62.0378191126...	13.1868131868...	21.5631443803...
1998-08-01		45.3017360993...	62.0469000458...	15.3846153846...	20.4702494727...
1998-09-01		63.2609225354...	62.1165474175...	6.59340659340...	19.3998524488...
1998-10-01		57.0316761988...	62.2492286083...	5.49450549450...	18.3343989314...
1998-11-01		49.0060238925...	62.4465354902...	14.2857142857...	17.2739067676...
1998-12-01		36.0888354935...	62.7114802801...	9.89010989010...	16.2185028447...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1999-01-01		69.2426985684...	62.875	9.89010989010...	15.6666666666...
1999-02-01		80.1154015364...	63.4388191536...	3.29670329670...	14.1425285834...
1999-03-01		57.8940911705...	63.8836746785...	14.2857142857...	13.1445822690...
1999-04-01		48.6539307590...	64.3956781714...	5.49450549450...	12.1277950269...
1999-05-01		48.2777758976...	64.9545286377...	10.9890109890...	11.1306461449...
1999-06-01		53.8675589698...	65.5527014417...	8.79120879120...	10.1570908370...
1999-07-01		89.9997461843...	66.1835361747...	20.8791208791...	9.21160285707...
1999-08-01		56.6278046634...	66.8506419495...	12.0879120879...	8.28346120728...
1999-09-01		79.0767877085...	67.5254067028...	10.9890109890...	7.40682042475...
1999-10-01		71.2902297878...	68.2114395476...	5.49450549450...	6.57095951169...
1999-11-01		61.2581644048...	68.9016025749...	2.19780219780...	5.77960388293...
1999-12-01		45.1116789062...	69.5888486491...	13.1868131868...	5.03745709138...
2000-01-01		66.1651324917...	69.9464285714...	12.0879120879...	4.6666666666...
2000-02-01		76.5546042167...	70.9293835883...	2.19780219780...	3.71289017182...
2000-03-01		55.3209076449...	71.5647855358...	21.9780219780...	3.14072756763...
2000-04-01		46.4914210294...	72.1917978250...	17.5824175824...	2.61021119177...
2000-05-01		46.1319841619...	72.7971288200...	9.89010989010...	2.13068204746...
2000-06-01		51.4733324308...	73.3787404984...	20.8791208791...	1.70025709249...
2000-07-01		85.9996446580...	73.9340735344...	32.9670329670...	1.31813249755...
2000-08-01		54.1109005380...	74.4694454429...	8.79120879120...	1.02929360070...
2000-09-01		75.5621510034...	74.9652874883...	31.8681318681...	1.0
2000-10-01		68.1216623235...	75.4279171856...	7.69230769230...	1.0
2000-11-01		58.5354665132...	75.8554218501...	15.3846153846...	1.0
2000-12-01		43.1066025923...	76.2451168182...	6.59340659340...	1.0
2001-01-01		72.3202646451...	76.6004151932...	23.0769230769...	1.0
2001-02-01		83.6761988561...	76.8984145556...	29.6703296703...	1.0

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2001-03-01		60.4672746962...	77.1541496150...	18.6813186813...	1.0
2001-04-01		50.8164404886...	77.3731549272...	18.6813186813...	1.0
2001-05-01		50.4235676334...	77.5429702220...	9.89010989010...	1.0
2001-06-01		56.2617855088...	77.6618564848...	9.89010989010...	1.0
2001-07-01		93.9998477105...	77.7269553820...	12.0879120879...	1.0
2001-08-01		59.1447087887...	77.7360968405...	13.1868131868...	1.0
2001-09-01		82.5914244136...	77.6866873006...	20.8791208791...	1.0
2001-10-01		74.4587972520...	77.5765566893...	24.1758241758...	1.0
2001-11-01		63.9808622965...	77.4040913299...	4.39560439560...	1.0
2001-12-01		47.1167552201...	77.1663075508...	48.3516483516...	1.0
2002-01-01		73.8590476835...	77.0178571428...	21.9780219780...	1.0
2002-02-01		85.4565975159...	76.5005849174...	20.8791208791...	1.39523106931...
2002-03-01		61.7538664591...	76.0917868428...	27.4725274725...	1.68057447637...
2002-04-01		51.8976953534...	75.6232076236...	6.59340659340...	1.99261841759...
2002-05-01		51.4964635013...	75.1157547095...	6.59340659340...	2.31991497208...
2002-06-01		57.4588987783...	74.5784967997...	16.4835164835...	2.65993592097...
2002-07-01		95.9998984737...	74.0198475386...	30.7692307692...	3.01043270245...
2002-08-01		60.4031608514...	73.4392553570...	12.0879120879...	3.37487545817...
2002-09-01		84.3487427662...	72.8641902066...	16.4835164835...	3.73911957987...
2002-10-01		76.0430809841...	72.2941005181...	24.1758241758...	4.10663520921...
2002-11-01		65.3422112423...	71.7375783695...	14.2857142857...	4.47502435675...
2002-12-01		48.1192933771...	71.2035140264...	32.9670329670...	4.84190823124...
2003-01-01		75.3978307218...	70.6924777896...	25.2747252747...	5.21082920366...
2003-02-01		87.2369961758...	70.2438921590...	17.5824175824...	5.55597368882...
2003-03-01		63.0404582219...	69.8412325621...	14.2857142857...	5.89295136170...
2003-04-01		52.9789502182...	69.4801962572...	19.7802197802...	6.23072954069...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2003-05-01		52.5693593691...	69.1848937230...	8.79120879120...	6.55517795678...
2003-06-01		58.6560120477...	68.9632566211...	13.1868131868...	6.86407906912...
2003-07-01		97.9999492368...	68.8248356335...	10.9890109890...	7.15487363789...
2003-08-01		61.6616129141...	68.7776830555...	15.3846153846...	7.42958451640...
2003-09-01		86.1060611188...	68.8320611097...	10.9890109890...	7.67696167307...
2003-10-01		77.6273647162...	68.9960220914...	19.7802197802...	7.89902796121...
2003-11-01		66.7035601881...	69.2770210410...	20.8791208791...	8.09369606939...
2003-12-01		49.1218315340...	69.6850852616...	14.2857142857...	8.25827652838...
2004-01-01	84.3684210526...	76.9366137601...	69.9464285714...	30.7692307692...	8.33333333333...
2004-02-01	96.0921052631...	89.0173948356...	70.8993262257...	48.3516483516...	8.49065315105...
2004-03-01	97.3947368421...	64.3270499847...	71.6759586934...	10.9890109890...	8.55758459073...
2004-04-01	100.0	54.0602050830...	72.5653313814...	10.9890109890...	8.59560843016...
2004-05-01	85.6710526315...	53.6422552370...	73.5412904378...	13.1868131868...	8.60416348625...
2004-06-01	80.4605263157...	59.8531253172...	74.5875086088...	14.2857142857...	8.58478830140...
2004-07-01	79.1578947368...	100.0	75.6892027971...	16.4835164835...	8.53840756658...
2004-08-01	79.1578947368...	62.9200649768...	76.8494032360...	19.7802197802...	8.46508029576...
2004-09-01	71.3421052631...	87.8633794713...	78.0151289293...	19.7802197802...	8.36840350146...
2004-10-01	75.25	79.2116484483...	79.1894101104...	7.69230769230...	8.24843619764...
2004-11-01	77.8552631578...	68.0649091339...	80.3567676871...	10.9890109890...	8.10664977157...
2004-12-01	59.6184210526...	50.1243696910...	81.5015704005...	7.69230769230...	7.94403606935...
2005-01-01	62.2236842105...	69.2426985684...	82.6262759861...	17.5824175824...	7.75884992965...
2005-02-01	71.3421052631...	80.1154015364...	83.6459036594...	6.59340659340...	7.56523904381...
2005-03-01	70.0394736842...	57.8940911705...	84.6002771977...	13.1868131868...	7.35539857959...
2005-04-01	81.7631578947...	48.6539307590...	85.5054846114...	12.0879120879...	7.12302351040...
2005-05-01	72.6447368421...	48.2777758976...	86.3111262927...	5.49450549450...	6.87591867713...
2005-06-01	62.2236842105...	53.8675589698...	87.0028983800...	12.0879120879...	6.61546241546...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2005-07-01	53.1052631578...	89.9997461843...	87.5639943838...	24.1758241758...	6.34273962307...
2005-08-01	51.8026315789...	56.6278046634...	87.9855305981...	20.8791208791...	6.05434041167...
2005-09-01	51.8026315789...	79.0767877085...	88.2383539050...	18.6813186813...	5.76079959830...
2005-10-01	58.3157894736...	71.2902297878...	88.3135805987...	20.8791208791...	5.45870729469...
2005-11-01	54.4078947368...	61.2581644048...	88.1977549796...	12.0879120879...	5.14937468135...
2005-12-01	37.4736842105...	45.1116789062...	87.8732223963...	17.5824175824...	4.83395381111...
2006-01-01	51.8026315789...	72.3202646451...	87.625	20.8791208791...	4.66666666666...
2006-02-01	53.1052631578...	83.6761988561...	86.5760298448...	18.6813186813...	4.19582796449...
2006-03-01	51.8026315789...	60.4672746962...	85.6390501841...	9.89010989010...	3.88235277614...
2006-04-01	54.4078947368...	50.8164404886...	84.4857501836...	17.5824175824...	3.55958697804...
2006-05-01	53.1052631578...	50.4235676334...	83.1584397308...	16.4835164835...	3.24045337492...
2006-06-01	41.3815789473...	56.2617855088...	81.6758733489...	28.5714285714...	2.92717663536...
2006-07-01	40.0789473684...	93.9998477105...	80.0533933429...	16.4835164835...	2.62211015024...
2006-08-01	37.4736842105...	59.1447087887...	78.2795779423...	10.9890109890...	2.32273304889...
2006-09-01	42.6842105263...	82.5914244136...	76.4286954127...	16.4835164835...	2.04099168691...
2006-10-01	43.9868421052...	74.4587972520...	74.4893239837...	19.7802197802...	1.77436519362...
2006-11-01	43.9868421052...	63.9808622965...	72.4792885964...	9.89010989010...	1.52495342594...
2006-12-01	28.3552631578...	47.1167552201...	70.4148611380...	18.6813186813...	1.29523458642...
2007-01-01	36.1710526315...	66.9345240109...	68.2787767902...	20.8791208791...	1.08458190417...
2007-02-01	38.7763157894...	77.4448035466...	66.2267160516...	20.8791208791...	1.0
2007-03-01	43.9868421052...	55.9642035263...	64.1713187642...	23.0769230769...	1.0
2007-04-01	38.7763157894...	47.0320484618...	62.0590577889...	17.5824175824...	1.0
2007-05-01	37.4736842105...	46.6684320958...	59.9768083666...	16.4835164835...	1.0
2007-06-01	36.1710526315...	52.0718890656...	57.9411073899...	26.3736263736...	1.0
2007-07-01	32.2631578947...	86.9996700395...	55.9695147944...	24.1758241758...	1.0
2007-08-01	34.8684210526...	54.7401265694...	54.0482302754...	29.6703296703...	1.0

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2007-09-01	32.2631578947...	76.4408101797...	52.2562791670...	28.5714285714...	1.0
2007-10-01	38.7763157894...	68.9138041896...	50.5798611643...	9.89010989010...	1.0
2007-11-01	32.2631578947...	59.2161409861...	49.0345835781...	23.0769230769...	1.0
2007-12-01	21.8421052631...	43.6078716707...	47.6389359261...	7.69230769230...	1.0
2008-01-01	25.75	68.4733070493...	46.9642857142...	26.3736263736...	1.0
2008-02-01	30.9605263157...	79.2252022065...	45.3419364919...	9.89010989010...	1.39574855015...
2008-03-01	32.2631578947...	57.2507952891...	44.4463080749...	24.1758241758...	1.71315328695...
2008-04-01	33.5657894736...	48.1133033266...	43.6743939588...	19.7802197802...	2.07581313752...
2008-05-01	28.3552631578...	47.7413279637...	43.0305748645...	20.8791208791...	2.47541758548...
2008-06-01	21.8421052631...	53.2690023351...	42.4998678394...	21.9780219780...	2.90766704307...
2008-07-01	23.1447368421...	88.9997208027...	42.0697759104...	14.2857142857...	3.36897939527...
2008-08-01	20.5394736842...	55.9985786321...	41.7208181409...	29.6703296703...	3.86335529343...
2008-09-01	23.1447368421...	78.1981285322...	41.4505112703...	39.5604395604...	4.37090627655...
2008-10-01	23.1447368421...	70.4980879217...	41.2393743619...	50.5494505494...	4.89563299599...
2008-11-01	38.7763157894...	60.5774899319...	41.0731736485...	20.8791208791...	5.43345074291...
2008-12-01	16.6315789473...	44.6104098277...	40.9386629716...	29.6703296703...	5.98056252337...
2009-01-01	19.2368421052...	58.4712173000...	40.8200770700...	28.5714285714...	6.54205145704...
2009-02-01	25.75	67.6526109174...	40.7113193089...	25.2747252747...	7.07773846376...
2009-03-01	27.0526315789...	48.8879488307...	40.5937576522...	31.8681318681...	7.61109414535...
2009-04-01	28.3552631578...	41.0851467054...	40.4501356387...	16.4835164835...	8.15639626124...
2009-05-01	27.0526315789...	40.7675048224...	40.2701795833...	27.4725274725...	8.69148196609...
2009-06-01	24.4473684210...	45.4877660834...	40.0406938059...	27.4725274725...	9.21256429178...
2009-07-01	20.5394736842...	75.9993908423...	39.7473940608...	24.1758241758...	9.71554850365...
2009-08-01	24.4473684210...	47.8186402247...	39.3703463478...	24.1758241758...	10.2043452670...
2009-09-01	23.1447368421...	66.7755592405...	38.9079735336...	39.5604395604...	10.6592460929...
2009-10-01	27.0526315789...	60.2002436630...	38.3403416179...	28.5714285714...	11.0841616467...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2009-11-01	27.0526315789...	51.7287217841...	37.6550041060...	39.5604395604...	11.4755198392...
2009-12-01	19.2368421052...	38.0939118075...	36.8369275668...	35.1648351648...	11.8290110568...
2010-01-01	20.5394736842...	61.5487833767...	36.3571428571...	29.6703296703...	12.0
2010-02-01	28.3552631578...	71.2134082371...	34.7875398520...	18.6813186813...	12.4074340701...
2010-03-01	30.9605263157...	51.4611323564...	33.5912531775...	19.7802197802...	12.6303983781...
2010-04-01	21.8421052631...	43.2476564350...	32.2385358321...	20.8791208791...	12.8237254149...
2010-05-01	25.75	42.9132965582...	30.7796857955...	36.2637362637...	12.9807882571...
2010-06-01	21.8421052631...	47.8819926224...	29.2295852609...	30.7692307692...	13.1041783170...
2010-07-01	15.3289473684...	79.9994923686...	27.6011109158...	20.8791208791...	13.1957469455...
2010-08-01	17.9342105263...	50.3355443500...	25.8805042462...	34.0659340659...	13.2587499093...
2010-09-01	20.5394736842...	70.2901959457...	24.1371481333...	34.0659340659...	13.2933762365...
2010-10-01	21.8421052631...	63.3688111272...	22.3572840630...	15.3846153846...	13.3028816936...
2010-11-01	20.5394736842...	54.4514196757...	20.5550374378...	46.1538461538...	13.2897365697...
2010-12-01	10.1184210526...	40.0989881214...	18.7440417360...	31.8681318681...	13.2559133391...
2011-01-01	15.3289473684...	59.2406088192...	16.9086876791...	29.6703296703...	13.2027948416...
2011-02-01	20.5394736842...	68.5428102473...	15.1800202575...	28.5714285714...	13.1368676991...
2011-03-01	23.1447368421...	49.531244712173	13.4822569154...	27.4725274725...	13.0576462755...
2011-04-01	19.2368421052...	41.6257741378...	11.7717456682...	25.2747252747...	12.9642608833...
2011-05-01	16.6315789473...	41.3039527564...	10.1211999508...	35.1648351648...	12.8611950447...
2011-06-01	16.6315789473...	46.0863227181...	8.5436965411685	37.3626373626...	12.7507512179...
2011-07-01	11.4210526315...	76.9994162238...	7.05391754215...	23.0769230769...	12.6350697080...
2011-08-01	11.4210526315...	48.4478662560...	5.64310105552...	31.8681318681...	12.5144445375...
2011-09-01	12.7236842105...	67.6542184168...	4.37063673091...	42.8571428571...	12.3949882225...
2011-10-01	16.6315789473...	60.9923855291...	3.22776267001...	34.0659340659...	12.2769947855...
2011-11-01	17.9342105263...	52.4093962570...	2.22679885989...	38.4615384615...	12.1626455619...
2011-12-01	11.4210526315...	38.5951808859...	1.38318419427...	24.1758241758...	12.0542019797...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2012-01-01	14.0263157894...	63.8569579342...	1.0	39.5604395604...	12.0
2012-02-01	21.8421052631...	73.8840062269...	1.0	28.5714285714...	11.8623038812...
2012-03-01	21.8421052631...	53.3910200006...	1.0	35.1648351648...	11.7813270184...
2012-04-01	14.0263157894...	44.8695387322...	1.0	28.5714285714...	11.7078269154...
2012-05-01	16.6315789473...	44.5226403600...	1.0	25.2747252747...	11.6432408617...
2012-06-01	12.7236842105...	49.6776625266...	1.0	48.3516483516...	11.5873637910...
2012-07-01	12.7236842105...	82.9995685133...	1.0	35.1648351648...	11.5401820433...
2012-08-01	7.51315789473...	52.2232224440...	1.0	32.9670329670...	11.5009526265...
2012-09-01	14.0263157894...	72.9261734745...	1.0	28.5714285714...	11.4708316425...
2012-10-01	17.9342105263...	65.7452367254...	1.22964118307...	20.8791208791...	11.4490760993...
2012-11-01	16.6315789473...	56.4934430945...	1.83734201917...	15.3846153846...	11.4354868938...
2012-12-01	6.21052631578...	41.6027953568...	2.52293738044...	36.2637362637...	11.4300444028...
2013-01-01	12.7236842105...	58.4712173000...	3.28589840369...	37.3626373626...	11.4326808907...
2013-02-01	19.2368421052...	67.6526109174...	4.06430631161...	27.4725274725...	11.4426920122...
2013-03-01	20.5394736842...	48.8879488307...	4.88580754941...	27.4725274725...	11.4601027096...
2013-04-01	23.1447368421...	41.0851467054...	5.76981490649...	24.1758241758...	11.4855649418...
2013-05-01	14.0263157894...	40.7675048224...	6.67993182682...	19.7802197802...	11.5186324515...
2013-06-01	10.1184210526...	45.4877660834...	7.60610261434...	45.0549450549...	11.5591143981...
2013-07-01	11.4210526315...	75.9993908423...	8.53862440526...	38.4615384615...	11.6069828958...
2013-08-01	7.51315789473...	47.8186402247...	9.48276501632...	27.4725274725...	11.6630316981...
2013-09-01	14.0263157894...	66.7755592405...	10.3981890188...	30.7692307692...	11.7253434159...
2013-10-01	19.2368421052...	60.2002436630...	11.2901642295...	46.1538461538...	11.7947118027...
2013-11-01	15.3289473684...	51.7287217841...	12.1491736302...	34.0659340659...	11.8709519811...
2013-12-01	4.90789473684...	38.0939118075...	12.9649756791...	38.4615384615...	11.9540301021...
2014-01-01	12.7236842105...	56.1630427425...	13.375	34.0659340659...	12.0
2014-02-01	17.9342105263...	64.9820129276...	14.4248270660...	23.0769230769...	12.1384818422...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2014-03-01	19.2368421052...	46.9580611865...	15.0563660848...	31.8681318681...	12.2379316320...
2014-04-01	15.3289473684...	39.463264408271	15.6571072199...	21.9780219780...	12.3471504085...
2014-05-01	11.4210526315...	39.1581610206...	16.2056155561...	29.6703296703...	12.4629593959...
2014-06-01	12.7236842105...	43.6920961792...	16.7042015129...	41.7582417582...	12.5852635777...
2014-07-01	7.51315789473...	72.9993146976...	17.1540783143...	27.4725274725...	12.7141106892...
2014-08-01	7.51315789473...	45.9309621306...	17.5636278612...	36.2637362637...	12.8516960143...
2014-09-01	14.0263157894...	64.1395817117...	17.9214006996...	28.5714285714...	12.9935576761...
2014-10-01	16.6315789473...	57.8238180649...	18.2357787304...	43.9560439560...	13.1418909584...
2014-11-01	14.0263157894...	49.6866983654...	18.5089763078...	34.0659340659...	13.2966021340...
2014-12-01	6.21052631578...	36.5901045720...	18.7423027212...	34.0659340659...	13.4577376490...
2015-01-01	11.4210526315...	50.0079105891...	18.9407347500...	47.2527472527...	13.6280201613...
2015-02-01	14.0263157894...	57.8604182882...	19.0951600229...	28.5714285714...	13.7960972686...
2015-03-01	19.2368421052...	41.8116941351...	19.2168334382...	32.9670329670...	13.9701862624...
2015-04-01	16.6315789473...	35.1382449490...	19.3108219619...	20.8791208791...	14.1563006992...
2015-05-01	10.1184210526...	34.8665775491...	19.3736617834...	29.6703296703...	14.3487224355...
2015-06-01	8.81578947368...	38.9036431012...	19.4074341472...	40.6593406593...	14.5473595299...
2015-07-01	8.81578947368...	64.9991116450...	19.4135814524...	27.4725274725...	14.7522566426...
2015-08-01	10.1184210526...	40.8971538799...	19.3935569868...	46.1538461538...	14.9668511409...
2015-09-01	11.4210526315...	57.1103083014...	19.3497685226...	30.7692307692...	15.1841969810...
2015-10-01	14.0263157894...	51.4866831364...	19.2836693474...	31.8681318681...	15.4077315302...
2015-11-01	11.4210526315...	44.2413025821...	19.1972446407...	29.6703296703...	15.6373641364...
2015-12-01	4.90789473684...	32.5799519442...	19.0920328666...	30.7692307692...	15.8731381706...
2016-01-01	8.81578947368...	46.1609529933...	18.9678066393...	39.5604395604...	16.1189952351...
2016-02-01	16.6315789473...	53.4094216386...	18.8327376930...	31.8681318681...	16.3628505145...
2016-03-01	17.9342105263...	38.5952147280...	18.6845328331...	29.6703296703...	16.6126118818...
2016-04-01	16.6315789473...	32.4351077870...	18.5223591974...	25.2747252747...	16.8724515403...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2016-05-01	11.4210526315...	32.1843378794...	18.3501787210...	26.3736263736...	17.1383148117...
2016-06-01	10.1184210526...	35.9108599275...	18.1698428454...	37.3626373626...	17.4101128383...
2016-07-01	4.90789473684...	59.9989847372...	17.9830237727...	26.3736263736...	17.6878871967...
2016-08-01	4.90789473684...	37.7510237233...	17.7883579951...	39.5604395604...	17.9762653124...
2016-09-01	14.0263157894...	52.7170124200...	17.5938868756...	31.8681318681...	18.2659210251...
2016-10-01	14.0263157894...	47.5259738062...	17.3982469067...	35.1648351648...	18.5614817604...
2016-11-01	15.3289473684...	40.8379302176...	17.2031934647...	25.2747252747...	18.8628599497...
2016-12-01	10.1184210526...	30.0736065518...	17.0104948167...	41.7582417582...	19.1700958804...
2017-01-01	11.4210526315...	40.7752123591...	16.9107142857...	41.7582417582...	19.3333333333...
2017-02-01	16.6315789473...	47.1780263291...	16.6409550125...	35.1648351648...	19.7965595906...
2017-03-01	20.5394736842...	34.0921435581...	16.4678026461...	32.9670329670...	20.1101983433...
2017-04-01	16.6315789473...	28.6507157602...	16.2934582247...	31.8681318681...	20.4398710018...
2017-05-01	12.7236842105...	28.4292023418...	16.1238661711...	45.0549450549...	20.7750321902...
2017-06-01	6.21052631578...	31.7209634843...	15.9588915462...	39.5604395604...	21.1155260666...
2017-07-01	6.21052631578...	52.9988070662...	15.7985008927...	38.4615384615...	21.4613139911...
2017-08-01	6.21052631578...	33.3464415039...	15.6400537227...	32.9670329670...	21.8180517606...
2017-09-01	11.4210526315...	46.5663981860...	15.4885770371...	38.4615384615...	22.1741344645...
2017-10-01	12.7236842105...	41.9809807438...	15.3414303479...	34.0659340659...	22.5352178997...
2017-11-01	15.3289473684...	36.0732089072...	15.1984833071...	32.9670329670...	22.9011515266...
2017-12-01	10.1184210526...	26.5647230024...	15.0596978663...	36.2637362637...	23.2718914030...
2018-01-01	11.4210526315...	39.2364293207...	14.9227807974...	45.0549450549...	23.6534943779...
2018-02-01	14.0263157894...	45.3976276692...	14.7962677174...	32.9670329670...	24.0209970404...
2018-03-01	14.0263157894...	32.8055517953...	14.6734545924...	35.1648351648...	24.3927727968...
2018-04-01	11.4210526315...	27.5694608954...	14.5501810666...	37.3626373626...	24.7814274497...
2018-05-01	7.51315789473...	27.3563064739...	14.4306522906...	35.1648351648...	25.1744069302...
2018-06-01	2.30263157894...	30.5238502148...	14.3147442777...	45.0549450549...	25.5715680454...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2018-07-01	4.90789473684...	50.9987563030...	14.2024126183...	29.6703296703...	25.9728595064...
2018-08-01	6.21052631578...	32.0879894412...	14.0917881586...	48.3516483516...	26.3848279273...
2018-09-01	11.4210526315...	44.8090798334...	13.9863552313...	32.9670329670...	26.7940867633...
2018-10-01	12.7236842105...	40.3966970117...	13.8842446825...	36.2637362637...	27.2071826284...
2018-11-01	11.4210526315...	34.7118599614...	13.7853371164...	39.5604395604...	27.6239776319...
2018-12-01	6.21052631578...	25.5621848455...	13.6895835325...	45.0549450549...	28.0444151828...
2019-01-01	11.4210526315...	40.7752123591...	13.5953796245...	54.9450549450...	28.4753477686...
2019-02-01	16.6315789473...	47.1780263291...	13.5085595448...	45.0549450549...	28.8886920460...
2019-03-01	19.2368421052...	34.0921435581...	13.4244860255...	67.0329670329...	29.3052083376...
2019-04-01	19.2368421052...	28.6507157602...	13.3402905513...	51.6483516483...	29.7389943985...
2019-05-01	11.4210526315...	28.4292023418...	13.2588322092...	39.5604395604...	30.1759415848...
2019-06-01	11.4210526315...	31.7209634843...	13.1799979646...	43.9560439560...	30.6159193525...
2019-07-01	10.1184210526...	52.9988070662...	13.1037324555...	46.1538461538...	31.0588637639...
2019-08-01	7.51315789473...	33.3464415039...	13.0287412583...	49.4505494505...	31.5119851910...
2019-09-01	14.0263157894...	46.5663981860...	12.9573592454...	51.6483516483...	31.9605695729...
2019-10-01	11.4210526315...	41.9809807438...	12.8882919932...	43.9560439560...	32.4118272816...
2019-11-01	14.0263157894...	36.0732089072...	12.8214310581...	38.4615384615...	32.8656330754...
2019-12-01	7.51315789473...	26.5647230024...	12.7567164873...	43.9560439560...	33.3219177144...
2020-01-01	10.1184210526...	41.5446038783...	12.6930362924...	53.8461538461...	33.7881022663...
2020-02-01	16.6315789473...	48.0682256590...	12.6333346923...	36.2637362637...	34.2414710987...
2020-03-01	8.81578947368...	34.7354394395...	12.5754755693...	51.6483516483...	34.6969678157...
2020-04-01	4.90789473684...	29.1913431926...	12.5184230356...	47.2527472527...	35.1621013740...
2020-05-01	6.21052631578...	28.9656502758...	12.4630972554...	42.8571428571...	35.6292291671...
2020-06-01	6.21052631578...	32.3195201191...	12.4093961765...	49.4505494505...	36.0982333348...
2020-07-01	4.90789473684...	53.9988324477...	12.3572534547...	49.4505494505...	36.5690372556...
2020-08-01	3.60526315789...	33.9756675352...	12.3057535581...	46.1538461538...	37.0492888858...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2020-09-01	11.4210526315...	47.4450573623...	12.2564735754...	58.2417582417...	37.5233989962...
2020-10-01	11.4210526315...	42.7731226099...	12.2084979749...	43.9560439560...	37.9990155431...
2020-11-01	7.51315789473...	36.7538833801...	12.1617292954...	37.3626373626...	38.4760259682...
2020-12-01	3.60526315789...	27.0659920809...	12.1160966016...	48.3516483516...	38.9543483481...
2021-01-01	3.60526315789...	48.4691275508...	12.0707841592...	49.4505494505...	39.4417458954...
2021-02-01	6.21052631578...	56.0800196284...	12.0285804276...	61.5384615384...	39.9066177828...
2021-03-01	10.1184210526...	40.5251023723...	11.9872138548...	58.2417582417...	40.3724565085...
2021-04-01	8.81578947368...	34.0569900842...	11.9452208282...	59.3406593406...	40.8549823554...
2021-05-01	7.51315789473...	33.7936816812...	11.9039469371...	46.1538461538...	41.3383387351...
2021-06-01	7.51315789473...	37.7065298318...	11.8633010818...	56.0439560439...	41.8224204359...
2021-07-01	2.30263157894...	62.9990608819...	11.8232059657...	49.4505494505...	42.3071381877...
2021-08-01	1.0	39.6387018173...	11.7829270402...	53.8461538461...	42.8003489651...
2021-09-01	7.51315789473...	55.3529899488...	11.7436794273...	51.6483516483...	43.2860455020...
2021-10-01	10.1184210526...	49.9023994043...	11.7047285786...	50.5494505494...	43.7720847732...
2021-11-01	8.81578947368...	42.8799536363...	11.6659879854...	40.6593406593...	44.2583668693...
2021-12-01	6.21052631578...	31.5774137872...	11.6273757600...	65.9340659340...	44.7447972179...
2022-01-01	10.1184210526...	44.6221699549...	11.6071428571...	53.8461538461...	45.0
2022-02-01	20.5394736842...	51.6290229787...		64.8351648351...	
2022-03-01	27.0526315789...	37.3086229652...		32.9670329670...	
2022-04-01	20.5394736842...	31.3538529222...		62.6373626373...	
2022-05-01	19.2368421052...	31.111442011574		57.1428571428...	
2022-06-01	11.4210526315...	34.7137466580...		73.6263736263...	
2022-07-01	8.81578947368...	57.9989339740...		53.8461538461...	
2022-08-01	6.21052631578...	36.4925716606...		73.6263736263...	
2022-09-01	15.3289473684...	50.9596940674...		50.5494505494...	
2022-10-01	12.7236842105...	45.9416900741...		50.5494505494...	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2022-11-01	16.6315789473...	39.4765812717...		48.3516483516...	
2022-12-01	10.1184210526...	29.0710683948...		71.4285714285...	
2023-01-01	12.7236842105...			71.4285714285...	
2023-02-01	15.3289473684...			78.0219780219...	
2023-03-01	19.2368421052...			15.3846153846...	
2023-04-01	12.7236842105...			62.6373626373...	
2023-05-01	14.0263157894...			59.3406593406...	
2023-06-01	10.1184210526...			100.0	
2023-07-01	2.30263157894...			86.8131868131...	
2023-08-01	3.60526315789...			97.8021978021...	
2023-09-01	10.1184210526...			82.4175824175...	
2023-10-01	12.7236842105...			79.1208791208...	
2023-11-01	11.4210526315...			61.5384615384...	
2023-12-01	4.90789473684...			89.0109890109...	

Medias y Tendencias

Fuente de Datos	Overall Avg	20 Year Avg	15 Year Avg	10 Year Avg	5 Year Avg	1 Year Avg	Trend NADT	Trend MAST
Google Trends	22.60740...	22.60740...	13.49078...	11.14967...	10.61776...	10.76973...	0.501072...	0.003420...
Google Books Ngrams	24.68362...	51.28005...	46.42957...	41.51665...	40.18490...	nan	0.232882...	0.002524...
Bain - Usabilidad	47.56798...	30.40522...	15.86826...	15.15149...	12.44098...	nan	0.108286...	-0.00174...
Crossref.org	11.55083...	35.10531...	40.40293...	45.30219...	56.00732...	73.62637...	0.279958...	0.026507...
Bain - Satisfacción	22.30375...	15.77602...	20.12770...	25.37436...	36.66009...	nan	0.240463...	0.015294...

Correlación y Regresión

Correlación

Keyword	Source_A	Source_B	Correlation_R
Experiencia del Cliente	Google Trends	Google Books Ngrams	0.5135727582769438
Experiencia del Cliente	Google Trends	Bain - Usabilidad	0.8628877117462027
Experiencia del Cliente	Google Trends	Crossref.org	-0.5654435835459225
Experiencia del Cliente	Google Trends	Bain - Satisfacción	-0.5450160721447675
Experiencia del Cliente	Google Books Ngrams	Google Trends	0.5135727582769438
Experiencia del Cliente	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	0.21523292974997008
Experiencia del Cliente	Google Books Ngrams	Crossref.org	0.6342958099146391
Experiencia del Cliente	Google Books Ngrams	Bain - Satisfacción	-0.5187208099029071
Experiencia del Cliente	Bain - Usabilidad	Google Trends	0.8628877117462027
Experiencia del Cliente	Bain - Usabilidad	Google Books Ngrams	0.21523292974997008
Experiencia del Cliente	Bain - Usabilidad	Crossref.org	-0.7833128682693346
Experiencia del Cliente	Bain - Usabilidad	Bain - Satisfacción	0.23510154933907482
Experiencia del Cliente	Crossref.org	Google Trends	-0.5654435835459225
Experiencia del Cliente	Crossref.org	Google Books Ngrams	0.6342958099146391

Keyword	Source_A	Source_B	Correlation_R
Experiencia del Cliente	Crossref.org	Bain - Usabilidad	-0.7833128682693346
Experiencia del Cliente	Crossref.org	Bain - Satisfacción	-0.19216172435840503
Experiencia del Cliente	Bain - Satisfacción	Google Trends	-0.5450160721447677
Experiencia del Cliente	Bain - Satisfacción	Google Books Ngrams	-0.5187208099029071
Experiencia del Cliente	Bain - Satisfacción	Bain - Usabilidad	0.23510154933907482
Experiencia del Cliente	Bain - Satisfacción	Crossref.org	-0.19216172435840506

Regresión

Keyword	Source_A	Source_B	Regression_Type	Degree	R_Squared	Coefficients	Equation
Experienci...	Google Tre...	Google Bo...	Linear	1	0.2637569...	"[0.396554...	42.067914...
Experienci...	Google Tre...	Google Bo...	Quadratic	2	0.3139692...	"[-0.00681...	0.9647320...
Experienci...	Google Tre...	Google Bo...	Cubic	3	0.3145188...	"[2.707105...	-0.010463...
Experienci...	Google Tre...	Google Bo...	Polynomia...	4	0.3147364...	"[6.517029...	-9.590328...
Experienci...	Google Tre...	Bain - Usa...	Linear	1	0.7445752...	"[1.107467...	4.2346966...
Experienci...	Google Tre...	Bain - Usa...	Quadratic	2	0.8144201...	"[-0.01339...	2.2268186...
Experienci...	Google Tre...	Bain - Usa...	Cubic	3	0.8581030...	"[-0.00040...	0.0410511...
Experienci...	Google Tre...	Bain - Usa...	Polynomia...	4	0.8997793...	"[1.499028...	-0.003235...
Experienci...	Google Tre...	Crossref.org	Linear	1	0.3197264...	"[-0.47964...	45.948897...
Experienci...	Google Tre...	Crossref.org	Quadratic	2	0.4190415...	"[0.010495...	-1.349205...
Experienci...	Google Tre...	Crossref.org	Cubic	3	0.4203060...	"[-4.47701...	0.0164969...
Experienci...	Google Tre...	Crossref.org	Polynomia...	4	0.4203099...	"[-9.54189...	-2.686266...
Experienci...	Google Tre...	Bain - Sati...	Linear	1	0.2970425...	"[-0.30314...	22.939711...
Experienci...	Google Tre...	Bain - Sati...	Quadratic	2	0.5331654...	"[0.010671...	-1.195090...
Experienci...	Google Tre...	Bain - Sati...	Cubic	3	0.5723992...	"[-0.00016...	0.0330329...
Experienci...	Google Tre...	Bain - Sati...	Polynomia...	4	0.5727535...	"[-5.99002...	-5.215276...
Experienci...	Google Bo...	Google Tre...	Linear	1	0.2637569...	"[0.665121...	-10.87701...

Keyword	Source_A	Source_B	Regression_Type	Degree	R_Squared	Coefficients	Equation
Experienci...	Google Bo...	Google Tre...	Quadratic	2	0.2639435...	"[0.000930...	0.5604384...
Experienci...	Google Bo...	Google Tre...	Cubic	3	0.2675309...	"[0.000207...	-0.035388...
Experienci...	Google Bo...	Google Tre...	Polynomia...	4	0.2766295...	"[1.675411...	-0.003825...
Experienci...	Google Bo...	Bain - Usa...	Linear	1	0.0463252...	"[0.408938...	26.222431...
Experienci...	Google Bo...	Bain - Usa...	Quadratic	2	0.0545107...	"[0.008775...	-0.591372...
Experienci...	Google Bo...	Bain - Usa...	Cubic	3	0.0564881...	"[-0.00021...	0.0473966...
Experienci...	Google Bo...	Bain - Usa...	Polynomia...	4	0.0636316...	"[2.110601...	-0.005282...
Experienci...	Google Bo...	Crossref.org	Linear	1	0.4023311...	"[0.396210...	0.9205850...
Experienci...	Google Bo...	Crossref.org	Quadratic	2	0.5017698...	"[-0.00881...	1.0088534...
Experienci...	Google Bo...	Crossref.org	Cubic	3	0.5022700...	"[2.776767...	-0.012353...
Experienci...	Google Bo...	Crossref.org	Polynomia...	4	0.5204031...	"[6.485788...	-0.0011452...
Experienci...	Google Bo...	Bain - Sati...	Linear	1	0.2690712...	"[-0.73624...	60.733757...
Experienci...	Google Bo...	Bain - Sati...	Quadratic	2	0.3157747...	"[0.015659...	-2.5211877...
Experienci...	Google Bo...	Bain - Sati...	Cubic	3	0.3195854...	"[-0.00022...	0.0557104...
Experienci...	Google Bo...	Bain - Sati...	Polynomia...	4	0.3201067...	"[4.259262...	-0.001249...
Experienci...	Bain - Usa...	Google Tre...	Linear	1	0.7445752...	"[0.672322...	3.1888548...
Experienci...	Bain - Usa...	Google Tre...	Quadratic	2	0.7618076...	"[0.004980...	0.2334694...
Experienci...	Bain - Usa...	Google Tre...	Cubic	3	0.7985017...	"[-0.00031...	0.0455295...
Experienci...	Bain - Usa...	Google Tre...	Polynomia...	4	0.8081536...	"[-6.36862...	0.0007613...
Experienci...	Bain - Usa...	Google Bo...	Linear	1	0.0463252...	"[0.113281...	46.808911...
Experienci...	Bain - Usa...	Google Bo...	Quadratic	2	0.1065926...	"[-0.00656...	0.7283303...
Experienci...	Bain - Usa...	Google Bo...	Cubic	3	0.2166459...	"[-0.00030...	0.0398624...
Experienci...	Bain - Usa...	Google Bo...	Polynomia...	4	0.2201189...	"[2.106380...	-0.000717...
Experienci...	Bain - Usa...	Crossref.org	Linear	1	0.6135790...	"[-0.37733...	42.077760...
Experienci...	Bain - Usa...	Crossref.org	Quadratic	2	0.6138517...	"[0.000404...	-0.415201...
Experienci...	Bain - Usa...	Crossref.org	Cubic	3	0.6220744...	"[7.689208...	-0.0112112...

Keyword	Source_A	Source_B	Regression_Type	Degree	R_Squared	Coefficients	Equation
Experienci...	Bain - Usa...	Crossref.org	Polynomia...	4	0.6585547...	"[-6.24820...	0.0012948...
Experienci...	Bain - Usa...	Bain - Sati...	Linear	1	0.0552727...	"[0.175627...	13.949484...
Experienci...	Bain - Usa...	Bain - Sati...	Quadratic	2	0.3461378...	"[0.020473...	-1.742162...
Experienci...	Bain - Usa...	Bain - Sati...	Cubic	3	0.4905898...	"[0.000499...	-0.055023...
Experienci...	Bain - Usa...	Bain - Sati...	Polynomia...	4	0.4943870...	"[3.126081...	-0.000109...
Experienci...	Crossref.org	Google Tre...	Linear	1	0.3197264...	"[-0.66658...	46.008114...
Experienci...	Crossref.org	Google Tre...	Quadratic	2	0.4798541...	"[0.017571...	-2.198535...
Experienci...	Crossref.org	Google Tre...	Cubic	3	0.5309633...	"[-0.00039...	0.0744244...
Experienci...	Crossref.org	Google Tre...	Polynomia...	4	0.5311816...	"[1.047326...	-0.000600...
Experienci...	Crossref.org	Google Bo...	Linear	1	0.4023311...	"[1.015448...	13.817823...
Experienci...	Crossref.org	Google Bo...	Quadratic	2	0.6493739...	"[-0.04705...	3.1374355...
Experienci...	Crossref.org	Google Bo...	Cubic	3	0.7314556...	"[0.001376...	-0.166048...
Experienci...	Crossref.org	Google Bo...	Polynomia...	4	0.7442851...	"[-2.87892...	0.0050365...
Experienci...	Crossref.org	Bain - Usa...	Linear	1	0.6135790...	"[-1.62607...	86.802931...
Experienci...	Crossref.org	Bain - Usa...	Quadratic	2	0.6407285...	"[0.020974...	-2.769387...
Experienci...	Crossref.org	Bain - Usa...	Cubic	3	0.6580059...	"[0.000933...	-0.062355...
Experienci...	Crossref.org	Bain - Usa...	Polynomia...	4	0.6698613...	"[-4.12613...	0.0060672...
Experienci...	Crossref.org	Bain - Sati...	Linear	1	0.0369261...	"[-0.29799...	29.493978...
Experienci...	Crossref.org	Bain - Sati...	Quadratic	2	0.3182303...	"[0.050436...	-3.047217...
Experienci...	Crossref.org	Bain - Sati...	Cubic	3	0.3918071...	"[-0.00143...	0.1788981...
Experienci...	Crossref.org	Bain - Sati...	Polynomia...	4	0.3939249...	"[1.302756...	-0.003060...
Experienci...	Bain - Sati...	Google Tre...	Linear	1	0.2970425...	"[-0.97985...	39.089266...
Experienci...	Bain - Sati...	Google Tre...	Quadratic	2	0.3577550...	"[0.036257...	-2.507012...
Experienci...	Bain - Sati...	Google Tre...	Cubic	3	0.3608096...	"[0.000684...	-0.006282...
Experienci...	Bain - Sati...	Google Tre...	Polynomia...	4	0.4408856...	"[-0.00033...	0.0300071...
Experienci...	Bain - Sati...	Google Bo...	Linear	1	0.2690712...	"[-0.36546...	60.348745...

Keyword	Source_A	Source_B	Regression_Type	Degree	R_Squared	Coefficients	Equation
Experienci...	Bain - Sati...	Google Bo...	Quadratic	2	0.3422742...	"[0.007046...	-0.936771...
Experienci...	Bain - Sati...	Google Bo...	Cubic	3	0.3722284...	"[-0.00018...	0.0309528...
Experienci...	Bain - Sati...	Google Bo...	Polynomia...	4	0.3722468...	"[1.678791...	-0.000213...
Experienci...	Bain - Sati...	Bain - Usa...	Linear	1	0.0552727...	"[0.314715...	40.548663...
Experienci...	Bain - Sati...	Bain - Usa...	Quadratic	2	0.3671516...	"[0.027635...	-1.925791...
Experienci...	Bain - Sati...	Bain - Usa...	Cubic	3	0.5443953...	"[-0.00084...	0.1381232...
Experienci...	Bain - Sati...	Bain - Usa...	Polynomia...	4	0.5507554...	"[5.934045...	-0.001914...
Experienci...	Bain - Sati...	Crossref.org	Linear	1	0.0369261...	"[-0.12391...	26.892357...
Experienci...	Bain - Sati...	Crossref.org	Quadratic	2	0.2482981...	"[-0.01095...	0.7646132...
Experienci...	Bain - Sati...	Crossref.org	Cubic	3	0.3030237...	"[0.000227...	-0.040534...
Experienci...	Bain - Sati...	Crossref.org	Polynomia...	4	0.3117054...	"[3.339773...	-0.000372...

PCA

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1950-01-01	-0.6252983402...	-0.67118636167...	-0.4663532082...	0.02389039421...	0.03277940350...
1950-02-01	-0.6170954390...	-0.6528329470...	-0.4566106192...	0.01478701849...	0.01733740319...
1950-03-01	-0.6338602871...	-0.69034311573...	-0.4765222360...	0.03339222989...	0.04889730900...
1950-04-01	-0.6408315181...	-0.7059407546...	-0.4848019698...	0.04112872855...	0.06202068415...
1950-05-01	-0.64111530783...	-0.7065757141...	-0.4851390270...	0.04144367131...	0.06255491961...
1950-06-01	-0.6368981008...	-0.6971400102...	-0.4801302486...	0.03676351996...	0.05461600763...
1950-07-01	-0.6096382038...	-0.6361479078...	-0.4477536580...	0.00651116442...	0.00329912277...
1950-08-01	-0.6348156359...	-0.6924806413...	-0.4776569041...	0.03445245216...	0.05069575753...
1950-09-01	-0.6178790203...	-0.6545861551...	-0.4575412790...	0.01565661751...	0.01881249867...
1950-10-01	-0.6237535821...	-0.6677300739...	-0.4645184984...	0.02217606006...	0.02987138902...
1950-11-01	-0.6313222650...	-0.6846644697...	-0.4735078262...	0.03057559610...	0.04411947040...
1950-12-01	-0.6435039669...	-0.71192017092...	-0.4879760383...	0.04409454576...	0.06705158166...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1951-01-01	-0.6252983402...	-0.67118636167...	-0.4663532082...	0.02389039421...	0.03277940350...
1951-02-01	-0.6170954390...	-0.6528329470...	-0.4566106192...	0.01478701849...	0.01733740319...
1951-03-01	-0.6338602871...	-0.69034311573...	-0.4765222360...	0.03339222989...	0.04889730900...
1951-04-01	-0.6408315181...	-0.7059407546...	-0.4848019698...	0.04112872855...	0.06202068415...
1951-05-01	-0.64111530783...	-0.7065757141...	-0.4851390270...	0.04144367131...	0.06255491961...
1951-06-01	-0.6368981008...	-0.6971400102...	-0.4801302486...	0.03676351996...	0.05461600763...
1951-07-01	-0.6096382038...	-0.6361479078...	-0.4477536580...	0.00651116442...	0.00329912277...
1951-08-01	-0.6348156359...	-0.6924806413...	-0.4776569041...	0.03445245216...	0.05069575753...
1951-09-01	-0.6178790203...	-0.6545861551...	-0.4575412790...	0.01565661751...	0.01881249867...
1951-10-01	-0.6237535821...	-0.6677300739...	-0.4645184984...	0.02217606006...	0.02987138902...
1951-11-01	-0.6313222650...	-0.6846644697...	-0.4735078262...	0.03057559610...	0.04411947040...
1951-12-01	-0.6435039669...	-0.71192017092...	-0.4879760383...	0.04409454576...	0.06705158166...
1952-01-01	-0.6078843375...	-0.6322237552...	-0.4456705902...	0.00456476719...	-2.5388886596...
1952-02-01	-0.5969471358...	-0.6077525357...	-0.4326804714...	-0.0075730671...	-0.0205918726...
1952-03-01	-0.6193002667...	-0.6577660940...	-0.4592292939...	0.01723388143...	0.02148800177...
1952-04-01	-0.6285952413...	-0.6785629459...	-0.4702689390...	0.02754921298...	0.03898583531...
1952-05-01	-0.6289736276...	-0.6794095585...	-0.4707183485...	0.02796913665...	0.03969814926...
1952-06-01	-0.6233506850...	-0.6668286200...	-0.4640399773...	0.02172893485...	0.02911293327...
1952-07-01	-0.5870041556...	-0.5855058168...	-0.42087118987...	-0.0186075391...	-0.0393095798...
1952-08-01	-0.6205740650...	-0.6606161281...	-0.4607421847...	0.01864751113...	0.02388593314...
1952-09-01	-0.5979919109...	-0.6100901464...	-0.4339213512...	-0.0064136017...	-0.0186250786...
1952-10-01	-0.6058246599...	-0.6276153716...	-0.4432243104...	0.00227898832...	-0.0038798915...
1952-11-01	-0.6159162372...	-0.6501945660...	-0.4552100808...	0.01347836971...	0.01511755031...
1952-12-01	-0.6321585064...	-0.6865355009...	-0.4745010303...	0.03150363592...	0.04569369865...
1953-01-01	-0.6165913388...	-0.6517050584...	-0.45601189927...	0.01422758070...	0.01638843230...
1953-02-01	-0.6070212874...	-0.6302927414...	-0.4446455453...	0.00360697569...	-0.0016272347...
1953-03-01	-0.6265802769...	-0.6740546048...	-0.4678757650...	0.02531305566...	0.03519265539...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1953-04-01	-0.6347133797...	-0.6922518502...	-0.4775354544...	0.03433897077...	0.05050325973...
1953-05-01	-0.6350444677...	-0.6929926363...	-0.4779286877...	0.03470640398...	0.05112653444...
1953-06-01	-0.6301243929...	-0.6819843151...	-0.47208511299...	0.02924622740...	0.04186447045...
1953-07-01	-0.59832117972...	-0.6108268623...	-0.4343124239...	-0.0060481873...	-0.0180052285...
1953-08-01	-0.6276948505...	-0.6765483847...	-0.4691995444...	0.02654998165...	0.03729084534...
1953-09-01	-0.6079354656...	-0.6323381507...	-0.4457313151...	0.00462150788...	9.37100102644...
1953-10-01	-0.6147891210...	-0.6476727228...	-0.4538714044...	0.01222752419...	0.01299574874...
1953-11-01	-0.62361925117...	-0.6674295179...	-0.4643589535...	0.02202698290...	0.02961851035...
1953-12-01	-0.6378312366...	-0.6992278359...	-0.4812385343...	0.03779909084...	0.05637264015...
1954-01-01	-0.5991773361...	-0.6127424520...	-0.4353292812...	-0.0050980463...	-0.0163935100...
1954-02-01	-0.5868729842...	-0.5852123301...	-0.4207153975...	-0.0187531099...	-0.0395565105...
1954-03-01	-0.6120202565...	-0.6414775831...	-0.45058282291...	0.00915470720...	0.00778334816...
1954-04-01	-0.6224771029...	-0.6648740415...	-0.4630024235...	0.02075945519...	0.02746841089...
1954-05-01	-0.6229027874...	-0.6658264808...	-0.4635080092...	0.02123186933...	0.02826976408...
1954-06-01	-0.6165769770...	-0.6516729248...	-0.4559948417...	0.01421164230...	0.01636139610...
1954-07-01	-0.5756871314...	-0.56018477131...	-0.4074299558...	-0.03116689100...	-0.06061393117...
1954-08-01	-0.6134532796...	-0.6446838715...	-0.4522848250...	0.01074504061...	0.01048102095...
1954-09-01	-0.5880483561...	-0.5878421421...	-0.42211138732...	-0.01744871136...	-0.0373438673...
1954-10-01	-0.5968601989...	-0.6075580205...	-0.4325772164...	-0.0076695475...	-0.0207555318...
1954-11-01	-0.6082132233...	-0.6329596142...	-0.4460612081...	0.00492975651...	0.00061659026...
1954-12-01	-0.6264857761...	-0.6738431659...	-0.4677635263...	0.02520818100...	0.03501475714...
1955-01-01	-0.6252983402...	-0.67118636167...	-0.4663532082...	0.02389039421...	0.03277940350...
1955-02-01	-0.6170954390...	-0.6528329470...	-0.4566106192...	0.01478701849...	0.01733740319...
1955-03-01	-0.6338602871...	-0.69034311573...	-0.4765222360...	0.03339222989...	0.04889730900...
1955-04-01	-0.6408315181...	-0.7059407546...	-0.4848019698...	0.04112872855...	0.06202068415...
1955-05-01	-0.64111530783...	-0.7065757141...	-0.4851390270...	0.04144367131...	0.06255491961...
1955-06-01	-0.6368981008...	-0.6971400102...	-0.4801302486...	0.03676351996...	0.05461600763...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1955-07-01	-0.6096382038...	-0.6361479078...	-0.4477536580...	0.00651116442...	0.00329912277...
1955-08-01	-0.6348156359...	-0.6924806413...	-0.4776569041...	0.03445245216...	0.05069575753...
1955-09-01	-0.6178790203...	-0.6545861551...	-0.4575412790...	0.01565661751...	0.01881249867...
1955-10-01	-0.6237535821...	-0.6677300739...	-0.4645184984...	0.02217606006...	0.02987138902...
1955-11-01	-0.6313222650...	-0.6846644697...	-0.4735078262...	0.03057559610...	0.04411947040...
1955-12-01	-0.6435039669...	-0.71192017092...	-0.4879760383...	0.04409454576...	0.06705158166...
1956-01-01	-0.6165913388...	-0.6517050584...	-0.45601189927...	0.01422758070...	0.01638843230...
1956-02-01	-0.6070212874...	-0.6302927414...	-0.4446455453...	0.00360697569...	-0.0016272347...
1956-03-01	-0.6265802769...	-0.6740546048...	-0.4678757650...	0.02531305566...	0.03519265539...
1956-04-01	-0.6347133797...	-0.6922518502...	-0.4775354544...	0.03433897077...	0.05050325973...
1956-05-01	-0.6350444677...	-0.6929926363...	-0.4779286877...	0.03470640398...	0.05112653444...
1956-06-01	-0.6301243929...	-0.68198431511...	-0.47208511299...	0.02924622740...	0.04186447045...
1956-07-01	-0.59832117972...	-0.6108268623...	-0.4343124239...	-0.0060481873...	-0.0180052285...
1956-08-01	-0.6276948505...	-0.6765483847...	-0.4691995444...	0.02654998165...	0.03729084534...
1956-09-01	-0.6079354656...	-0.6323381507...	-0.4457313151...	0.00462150788...	9.37100102644...
1956-10-01	-0.6147891210...	-0.6476727228...	-0.4538714044...	0.01222752419...	0.01299574874...
1956-11-01	-0.62361925117...	-0.6674295179...	-0.4643589535...	0.02202698290...	0.02961851035...
1956-12-01	-0.6378312366...	-0.6992278359...	-0.4812385343...	0.03779909084...	0.05637264015...
1957-01-01	-0.6165913388...	-0.6517050584...	-0.45601189927...	0.01422758070...	0.01638843230...
1957-02-01	-0.6070212874...	-0.6302927414...	-0.4446455453...	0.00360697569...	-0.0016272347...
1957-03-01	-0.6265802769...	-0.6740546048...	-0.4678757650...	0.02531305566...	0.03519265539...
1957-04-01	-0.6347133797...	-0.6922518502...	-0.4775354544...	0.03433897077...	0.05050325973...
1957-05-01	-0.6350444677...	-0.6929926363...	-0.4779286877...	0.03470640398...	0.05112653444...
1957-06-01	-0.6301243929...	-0.68198431511...	-0.47208511299...	0.02924622740...	0.04186447045...
1957-07-01	-0.59832117972...	-0.6108268623...	-0.4343124239...	-0.0060481873...	-0.0180052285...
1957-08-01	-0.6276948505...	-0.6765483847...	-0.4691995444...	0.02654998165...	0.03729084534...
1957-09-01	0.03603585715...	-0.3686988520...	-0.1277723620...	0.37363900153...	0.63858308033...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1957-10-01	-0.6147891210...	-0.6476727228...	-0.4538714044...	0.01222752419...	0.01299574874...
1957-11-01	-0.62361925117...	-0.6674295179...	-0.4643589535...	0.02202698290...	0.02961851035...
1957-12-01	-0.6378312366...	-0.6992278359...	-0.4812385343...	0.03779909084...	0.05637264015...
1958-01-01	-0.6165913388...	-0.6517050584...	-0.45601189927...	0.01422758070...	0.01638843230...
1958-02-01	-0.6070212874...	-0.6302927414...	-0.4446455453...	0.00360697569...	-0.0016272347...
1958-03-01	-0.6265802769...	-0.6740546048...	-0.4678757650...	0.02531305566...	0.03519265539...
1958-04-01	-0.0665033890...	-0.4596289396...	-0.1969834370...	0.35994264163...	0.61387623354...
1958-05-01	-0.6350444677...	-0.6929926363...	-0.4779286877...	0.03470640398...	0.05112653444...
1958-06-01	-0.6301243929...	-0.68198431511...	-0.47208511299...	0.02924622740...	0.04186447045...
1958-07-01	-0.59832117972...	-0.6108268623...	-0.4343124239...	-0.0060481873...	-0.0180052285...
1958-08-01	-0.6276948505...	-0.6765483847...	-0.4691995444...	0.02654998165...	0.03729084534...
1958-09-01	-0.6079354656...	-0.6323381507...	-0.4457313151...	0.00462150788...	9.37100102644...
1958-10-01	-0.6147891210...	-0.6476727228...	-0.4538714044...	0.01222752419...	0.01299574874...
1958-11-01	-0.62361925117...	-0.6674295179...	-0.4643589535...	0.02202698290...	0.02961851035...
1958-12-01	-0.6378312366...	-0.6992278359...	-0.4812385343...	0.03779909084...	0.05637264015...
1959-01-01	-0.51165634213...	-0.6246617795...	-0.4102428048...	0.08901112838...	0.14545399826...
1959-02-01	-0.6170954390...	-0.6528329470...	-0.4566106192...	0.01478701849...	0.01733740319...
1959-03-01	-0.6338602871...	-0.69034311573...	-0.4765222360...	0.03339222989...	0.04889730900...
1959-04-01	-0.6408315181...	-0.7059407546...	-0.4848019698...	0.04112872855...	0.06202068415...
1959-05-01	-0.64111530783...	-0.7065757141...	-0.4851390270...	0.04144367131...	0.06255491961...
1959-06-01	-0.6368981008...	-0.6971400102...	-0.4801302486...	0.03676351996...	0.05461600763...
1959-07-01	-0.6096382038...	-0.6361479078...	-0.4477536580...	0.00651116442...	0.00329912277...
1959-08-01	-0.6348156359...	-0.6924806413...	-0.4776569041...	0.03445245216...	0.05069575753...
1959-09-01	-0.6178790203...	-0.6545861551...	-0.4575412790...	0.01565661751...	0.01881249867...
1959-10-01	-0.6237535821...	-0.6677300739...	-0.4645184984...	0.02217606006...	0.02987138902...
1959-11-01	-0.6313222650...	-0.6846644697...	-0.4735078262...	0.03057559610...	0.04411947040...
1959-12-01	-0.6435039669...	-0.71192017092...	-0.4879760383...	0.04409454576...	0.06705158166...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1960-01-01	-0.6252983402...	-0.67118636167...	-0.4663532082...	0.02389039421...	0.03277940350...
1960-02-01	-0.6170954390...	-0.6528329470...	-0.4566106192...	0.01478701849...	0.01733740319...
1960-03-01	-0.6338602871...	-0.69034311573...	-0.4765222360...	0.03339222989...	0.04889730900...
1960-04-01	-0.6408315181...	-0.7059407546...	-0.4848019698...	0.04112872855...	0.06202068415...
1960-05-01	-0.64111530783...	-0.7065757141...	-0.4851390270...	0.04144367131...	0.06255491961...
1960-06-01	-0.6368981008...	-0.6971400102...	-0.4801302486...	0.03676351996...	0.05461600763...
1960-07-01	-0.6096382038...	-0.6361479078...	-0.4477536580...	0.00651116442...	0.00329912277...
1960-08-01	-0.6348156359...	-0.6924806413...	-0.4776569041...	0.03445245216...	0.05069575753...
1960-09-01	-0.6178790203...	-0.6545861551...	-0.4575412790...	0.01565661751...	0.01881249867...
1960-10-01	-0.6237535821...	-0.6677300739...	-0.4645184984...	0.02217606006...	0.02987138902...
1960-11-01	-0.6313222650...	-0.6846644697...	-0.4735078262...	0.03057559610...	0.04411947040...
1960-12-01	-0.6435039669...	-0.71192017092...	-0.4879760383...	0.04409454576...	0.06705158166...
1961-01-01	-0.6252983402...	-0.67118636167...	-0.4663532082...	0.02389039421...	0.03277940350...
1961-02-01	-0.6170954390...	-0.6528329470...	-0.4566106192...	0.01478701849...	0.01733740319...
1961-03-01	-0.6338602871...	-0.69034311573...	-0.4765222360...	0.03339222989...	0.04889730900...
1961-04-01	-0.6408315181...	-0.7059407546...	-0.4848019698...	0.04112872855...	0.06202068415...
1961-05-01	-0.64111530783...	-0.7065757141...	-0.4851390270...	0.04144367131...	0.06255491961...
1961-06-01	-0.6368981008...	-0.6971400102...	-0.4801302486...	0.03676351996...	0.05461600763...
1961-07-01	-0.6096382038...	-0.6361479078...	-0.4477536580...	0.00651116442...	0.00329912277...
1961-08-01	-0.6348156359...	-0.6924806413...	-0.4776569041...	0.03445245216...	0.05069575753...
1961-09-01	-0.6178790203...	-0.6545861551...	-0.4575412790...	0.01565661751...	0.01881249867...
1961-10-01	-0.6237535821...	-0.6677300739...	-0.4645184984...	0.02217606006...	0.02987138902...
1961-11-01	-0.6313222650...	-0.6846644697...	-0.4735078262...	0.03057559610...	0.04411947040...
1961-12-01	-0.6435039669...	-0.71192017092...	-0.4879760383...	0.04409454576...	0.06705158166...
1962-01-01	-0.6165913388...	-0.6517050584...	-0.45601189927...	0.01422758070...	0.01638843230...
1962-02-01	-0.6070212874...	-0.6302927414...	-0.4446455453...	0.00360697569...	-0.0016272347...
1962-03-01	-0.6265802769...	-0.6740546048...	-0.4678757650...	0.02531305566...	0.03519265539...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1962-04-01	-0.6347133797...	-0.6922518502...	-0.4775354544...	0.03433897077...	0.05050325973...
1962-05-01	-0.6350444677...	-0.6929926363...	-0.4779286877...	0.03470640398...	0.05112653444...
1962-06-01	-0.6301243929...	-0.68198431511...	-0.47208511299...	0.02924622740...	0.04186447045...
1962-07-01	-0.59832117972...	-0.6108268623...	-0.4343124239...	-0.0060481873...	-0.0180052285...
1962-08-01	-0.6276948505...	-0.6765483847...	-0.4691995444...	0.02654998165...	0.03729084534...
1962-09-01	-0.6079354656...	-0.6323381507...	-0.4457313151...	0.00462150788...	9.37100102644...
1962-10-01	-0.6147891210...	-0.6476727228...	-0.4538714044...	0.01222752419...	0.01299574874...
1962-11-01	-0.62361925117...	-0.6674295179...	-0.4643589535...	0.02202698290...	0.02961851035...
1962-12-01	-0.6378312366...	-0.6992278359...	-0.4812385343...	0.03779909084...	0.05637264015...
1963-01-01	-0.6340053416...	-0.6906676648...	-0.4766945173...	0.03355320772...	0.04917037470...
1963-02-01	-0.6271695906...	-0.6753731527...	-0.4685756930...	0.02596706128...	0.03630204110...
1963-03-01	-0.64114029741...	-0.7066316266...	-0.4851687071...	0.04147140412...	0.06260196261...
1963-04-01	-0.6469496565...	-0.7196296590...	-0.4920684852...	0.04791848634...	0.07353810857...
1963-05-01	-0.6471861479...	-0.7201587919...	-0.4923493662...	0.04818093864...	0.07398330479...
1963-06-01	-0.6436718088...	-0.7122957053...	-0.4881753842...	0.04428081251...	0.06736754480...
1963-07-01	-0.6209552279...	-0.6614689533...	-0.46119489207...	0.01907051623...	0.02460347409...
1963-08-01	-0.6419364213...	-0.7084128979...	-0.48611426387...	0.04235492268...	0.06410066972...
1963-09-01	-0.6278225750...	-0.6768341594...	-0.4693512429...	0.02669172714...	0.03753128734...
1963-10-01	-0.6327180431...	-0.6877874251...	-0.4751655924...	0.03212459593...	0.04674702929...
1963-11-01	-0.6390252789...	-0.7018994216...	-0.4826566989...	0.03912420929...	0.05862043045...
1963-12-01	-0.6491766972...	-0.7246125059...	-0.4947135423...	0.05039000068...	0.07773052316...
1964-01-01	-0.6252983402...	-0.67118636167...	-0.4663532082...	0.02389039421...	0.03277940350...
1964-02-01	-0.6170954390...	-0.6528329470...	-0.4566106192...	0.01478701849...	0.01733740319...
1964-03-01	-0.6338602871...	-0.69034311573...	-0.4765222360...	0.03339222989...	0.04889730900...
1964-04-01	-0.6408315181...	-0.7059407546...	-0.4848019698...	0.04112872855...	0.06202068415...
1964-05-01	-0.64111530783...	-0.7065757141...	-0.4851390270...	0.04144367131...	0.06255491961...
1964-06-01	-0.6368981008...	-0.6971400102...	-0.4801302486...	0.03676351996...	0.05461600763...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1964-07-01	-0.6096382038...	-0.6361479078...	-0.4477536580...	0.00651116442...	0.00329912277...
1964-08-01	-0.6348156359...	-0.6924806413...	-0.4776569041...	0.03445245216...	0.05069575753...
1964-09-01	-0.6178790203...	-0.6545861551...	-0.4575412790...	0.01565661751...	0.01881249867...
1964-10-01	-0.6237535821...	-0.6677300739...	-0.4645184984...	0.02217606006...	0.02987138902...
1964-11-01	-0.6313222650...	-0.6846644697...	-0.4735078262...	0.03057559610...	0.04411947040...
1964-12-01	-0.6435039669...	-0.71192017092...	-0.4879760383...	0.04409454576...	0.06705158166...
1965-01-01	-0.6514193444...	-0.7296302712...	-0.4973771353...	0.05287883474...	0.08195231709...
1965-02-01	-0.6473178937...	-0.7204535639...	-0.4925058408...	0.04832714688...	0.07423131694...
1965-03-01	-0.6557003178...	-0.7392086483...	-0.5024616492...	0.05762975258...	0.09001126984...
1965-04-01	-0.6591859333...	-0.7470074677...	-0.5066015161...	0.06149800191...	0.09657295742...
1965-05-01	-0.6593278281...	-0.7473249475...	-0.5067700447...	0.06165547329...	0.09684007515...
1965-06-01	-0.6572192247...	-0.7426070955...	-0.5042656555...	0.05931539761...	0.09287061915...
1965-07-01	-0.6435892761...	-0.71211104438...	-0.4880773602...	0.04418921984...	0.06721217673...
1965-08-01	-0.6561779922...	-0.74027741114...	-0.5030289832...	0.05815986372...	0.09091049411...
1965-09-01	-0.6477096844...	-0.7213301680...	-0.49297117072...	0.04876194639...	0.07496886468...
1965-10-01	-0.6506469653...	-0.7279021274...	-0.4964597804...	0.05202166766...	0.08049830985...
1965-11-01	-0.6544313068...	-0.7363693253...	-0.5009544443...	0.05622143569...	0.08762235054...
1965-12-01	-0.6605221577...	-0.7499971759...	-0.5081885504...	0.06298091051...	0.09908840617...
1966-01-01	-0.6601263457...	-0.74911157450...	-0.5077184443...	0.06254164825...	0.09834328829...
1966-02-01	-0.6573920453...	-0.7429937696...	-0.5044709146...	0.05950718968...	0.09319595485...
1966-03-01	-0.6629803280...	-0.7554971591...	-0.51110812030...	0.06570892681...	0.10371592346...
1966-04-01	-0.6653040717...	-0.7606963721...	-0.5138680315...	0.06828775970...	0.10809038184...
1966-05-01	-0.6653986683...	-0.7609080253...	-0.5139803839...	0.06839274062...	0.10826846033...
1966-06-01	-0.6639929326...	-0.7577627906...	-0.51231079115...	0.06683269017...	0.10562215633...
1966-07-01	-0.6549063003...	-0.7374320898...	-0.5015185942...	0.05674857165...	0.08851652805...
1966-08-01	-0.6632987776...	-0.7562096677...	-0.51148634300...	0.06606233424...	0.10431540630...
1966-09-01	-0.6576532391...	-0.74357817231...	-0.50478113462...	0.05979705602...	0.09368765335...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1966-10-01	-0.65961142641...	-0.7479594786...	-0.5071068744...	0.06197020353...	0.09737395013...
1966-11-01	-0.6621343207...	-0.7536042772...	-0.5101033170...	0.06477004888...	0.10212331059...
1966-12-01	-0.6661948880...	-0.7626895109...	-0.5149260544...	0.06927636543...	0.10976734767...
1967-01-01	-0.6601263457...	-0.74911157450...	-0.5077184443...	0.06254164825...	0.09834328829...
1967-02-01	-0.6573920453...	-0.7429937696...	-0.5044709146...	0.05950718968...	0.09319595485...
1967-03-01	-0.6629803280...	-0.7554971591...	-0.51110812030...	0.06570892681...	0.10371592346...
1967-04-01	-0.6653040717...	-0.7606963721...	-0.5138680315...	0.06828775970...	0.10809038184...
1967-05-01	-0.6653986683...	-0.7609080253...	-0.5139803839...	0.06839274062...	0.10826846033...
1967-06-01	-0.6639929326...	-0.7577627906...	-0.51231079115...	0.06683269017...	0.10562215633...
1967-07-01	-0.6549063003...	-0.7374320898...	-0.5015185942...	0.05674857165...	0.08851652805...
1967-08-01	-0.6632987776...	-0.7562096677...	-0.51148634300...	0.06606233424...	0.10431540630...
1967-09-01	-0.6576532391...	-0.74357817231...	-0.50478113462...	0.05979705602...	0.09368765335...
1967-10-01	-0.65961142641...	-0.7479594786...	-0.5071068744...	0.06197020353...	0.09737395013...
1967-11-01	-0.6621343207...	-0.7536042772...	-0.5101033170...	0.06477004888...	0.10212331059...
1967-12-01	-0.6661948880...	-0.7626895109...	-0.5149260544...	0.06927636543...	0.10976734767...
1968-01-01	-0.6514193444...	-0.7296302712...	-0.4973771353...	0.05287883474...	0.08195231709...
1968-02-01	-0.6473178937...	-0.7204535639...	-0.4925058408...	0.04832714688...	0.07423131694...
1968-03-01	-0.6557003178...	-0.7392086483...	-0.5024616492...	0.05762975258...	0.09001126984...
1968-04-01	-0.6591859333...	-0.7470074677...	-0.5066015161...	0.06149800191...	0.09657295742...
1968-05-01	-0.6593278281...	-0.7473249475...	-0.5067700447...	0.06165547329...	0.09684007515...
1968-06-01	-0.6572192247...	-0.7426070955...	-0.5042656555...	0.05931539761...	0.09287061915...
1968-07-01	-0.6435892761...	-0.71211104438...	-0.4880773602...	0.04418921984...	0.06721217673...
1968-08-01	-0.6561779922...	-0.74027741114...	-0.5030289832...	0.05815986372...	0.09091049411...
1968-09-01	-0.6477096844...	-0.7213301680...	-0.49297117072...	0.04876194639...	0.07496886468...
1968-10-01	-0.6506469653...	-0.7279021274...	-0.4964597804...	0.05202166766...	0.08049830985...
1968-11-01	-0.6544313068...	-0.7363693253...	-0.5009544443...	0.05622143569...	0.08762235054...
1968-12-01	-0.6605221577...	-0.7499971759...	-0.5081885504...	0.06298091051...	0.09908840617...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1969-01-01	-0.6514193444...	-0.7296302712...	-0.4973771353...	0.05287883474...	0.08195231709...
1969-02-01	-0.6473178937...	-0.7204535639...	-0.4925058408...	0.04832714688...	0.07423131694...
1969-03-01	-0.6557003178...	-0.7392086483...	-0.5024616492...	0.05762975258...	0.09001126984...
1969-04-01	-0.6591859333...	-0.7470074677...	-0.5066015161...	0.06149800191...	0.09657295742...
1969-05-01	-0.6593278281...	-0.7473249475...	-0.5067700447...	0.06165547329...	0.09684007515...
1969-06-01	-0.6572192247...	-0.7426070955...	-0.5042656555...	0.05931539761...	0.09287061915...
1969-07-01	-0.6435892761...	-0.71211104438...	-0.4880773602...	0.04418921984...	0.06721217673...
1969-08-01	-0.6561779922...	-0.74027741114...	-0.5030289832...	0.05815986372...	0.09091049411...
1969-09-01	-0.6477096844...	-0.7213301680...	-0.49297117072...	0.04876194639...	0.07496886468...
1969-10-01	-0.6506469653...	-0.7279021274...	-0.4964597804...	0.05202166766...	0.08049830985...
1969-11-01	-0.6544313068...	-0.7363693253...	-0.5009544443...	0.05622143569...	0.08762235054...
1969-12-01	-0.6605221577...	-0.7499971759...	-0.5081885504...	0.06298091051...	0.09908840617...
1970-01-01	-0.3949616834...	-0.6405542162...	-0.3767941695...	0.21449002799...	0.36125067607...
1970-02-01	-0.6573920453...	-0.7429937696...	-0.5044709146...	0.05950718968...	0.09319595485...
1970-03-01	-0.6629803280...	-0.7554971591...	-0.51110812030...	0.06570892681...	0.10371592346...
1970-04-01	-0.6653040717...	-0.7606963721...	-0.5138680315...	0.06828775970...	0.10809038184...
1970-05-01	-0.6653986683...	-0.7609080253...	-0.5139803839...	0.06839274062...	0.10826846033...
1970-06-01	-0.6639929326...	-0.7577627906...	-0.51231079115...	0.06683269017...	0.10562215633...
1970-07-01	-0.6549063003...	-0.7374320898...	-0.5015185942...	0.05674857165...	0.08851652805...
1970-08-01	-0.6632987776...	-0.7562096677...	-0.51148634300...	0.06606233424...	0.10431540630...
1970-09-01	-0.6576532391...	-0.74357817231...	-0.50478113462...	0.05979705602...	0.09368765335...
1970-10-01	-0.65961142641...	-0.7479594786...	-0.5071068744...	0.06197020353...	0.09737395013...
1970-11-01	-0.6621343207...	-0.7536042772...	-0.5101033170...	0.06477004888...	0.10212331059...
1970-12-01	-0.6661948880...	-0.7626895109...	-0.5149260544...	0.06927636543...	0.10976734767...
1971-01-01	-0.6514193444...	-0.7296302712...	-0.4973771353...	0.05287883474...	0.08195231709...
1971-02-01	-0.6473178937...	-0.7204535639...	-0.4925058408...	0.04832714688...	0.07423131694...
1971-03-01	-0.6557003178...	-0.7392086483...	-0.5024616492...	0.05762975258...	0.09001126984...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1971-04-01	-0.6591859333...	-0.7470074677...	-0.5066015161...	0.06149800191...	0.09657295742...
1971-05-01	-0.6593278281...	-0.7473249475...	-0.5067700447...	0.06165547329...	0.09684007515...
1971-06-01	-0.6572192247...	-0.7426070955...	-0.5042656555...	0.05931539761...	0.09287061915...
1971-07-01	-0.6435892761...	-0.71211104438...	-0.4880773602...	0.04418921984...	0.06721217673...
1971-08-01	-0.6561779922...	-0.74027741114...	-0.5030289832...	0.05815986372...	0.09091049411...
1971-09-01	-0.6477096844...	-0.7213301680...	-0.49297117072...	0.04876194639...	0.07496886468...
1971-10-01	-0.6506469653...	-0.7279021274...	-0.4964597804...	0.05202166766...	0.08049830985...
1971-11-01	-0.6544313068...	-0.7363693253...	-0.5009544443...	0.05622143569...	0.08762235054...
1971-12-01	-0.6605221577...	-0.7499971759...	-0.5081885504...	0.06298091051...	0.09908840617...
1972-01-01	-0.6601263457...	-0.74911157450...	-0.5077184443...	0.06254164825...	0.09834328829...
1972-02-01	-0.6573920453...	-0.7429937696...	-0.5044709146...	0.05950718968...	0.09319595485...
1972-03-01	-0.6629803280...	-0.7554971591...	-0.51110812030...	0.06570892681...	0.10371592346...
1972-04-01	-0.6653040717...	-0.7606963721...	-0.5138680315...	0.06828775970...	0.10809038184...
1972-05-01	-0.6653986683...	-0.7609080253...	-0.5139803839...	0.06839274062...	0.10826846033...
1972-06-01	-0.6639929326...	-0.7577627906...	-0.51231079115...	0.06683269017...	0.10562215633...
1972-07-01	-0.6549063003...	-0.7374320898...	-0.5015185942...	0.05674857165...	0.08851652805...
1972-08-01	-0.6632987776...	-0.7562096677...	-0.51148634300...	0.06606233424...	0.10431540630...
1972-09-01	-0.3924885768...	-0.6350208140...	-0.3738568598...	0.21174543576...	0.35659504113...
1972-10-01	-0.65961142641...	-0.7479594786...	-0.5071068744...	0.06197020353...	0.09737395013...
1972-11-01	-0.6621343207...	-0.7536042772...	-0.5101033170...	0.06477004888...	0.10212331059...
1972-12-01	-0.6661948880...	-0.7626895109...	-0.5149260544...	0.06927636543...	0.10976734767...
1973-01-01	-0.6135386783...	-0.7141220772...	-0.4786736675...	0.07458574613...	0.11951051535...
1973-02-01	-0.6473178937...	-0.7204535639...	-0.4925058408...	0.04832714688...	0.07423131694...
1973-03-01	-0.6557003178...	-0.7392086483...	-0.5024616492...	0.05762975258...	0.09001126984...
1973-04-01	-0.6591859333...	-0.7470074677...	-0.5066015161...	0.06149800191...	0.09657295742...
1973-05-01	-0.6593278281...	-0.7473249475...	-0.5067700447...	0.06165547329...	0.09684007515...
1973-06-01	-0.6572192247...	-0.7426070955...	-0.5042656555...	0.05931539761...	0.09287061915...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1973-07-01	-0.3784246138...	-0.6035536860...	-0.3571530854...	0.19613759958...	0.33011956451...
1973-08-01	-0.6561779922...	-0.74027741114...	-0.5030289832...	0.05815986372...	0.09091049411...
1973-09-01	-0.6477096844...	-0.7213301680...	-0.49297117072...	0.04876194639...	0.07496886468...
1973-10-01	-0.6506469653...	-0.7279021274...	-0.4964597804...	0.05202166766...	0.08049830985...
1973-11-01	-0.6544313068...	-0.7363693253...	-0.5009544443...	0.05622143569...	0.08762235054...
1973-12-01	-0.6605221577...	-0.7499971759...	-0.5081885504...	0.06298091051...	0.09908840617...
1974-01-01	-0.6514193444...	-0.7296302712...	-0.4973771353...	0.05287883474...	0.08195231709...
1974-02-01	-0.6473178937...	-0.7204535639...	-0.4925058408...	0.04832714688...	0.07423131694...
1974-03-01	-0.6557003178...	-0.7392086483...	-0.5024616492...	0.05762975258...	0.09001126984...
1974-04-01	-0.1667372747...	-0.5454009452...	-0.2634564343...	0.34368785000...	0.58482953472...
1974-05-01	-0.6593278281...	-0.7473249475...	-0.5067700447...	0.06165547329...	0.09684007515...
1974-06-01	-0.6572192247...	-0.7426070955...	-0.5042656555...	0.05931539761...	0.09287061915...
1974-07-01	-0.6435892761...	-0.71211104438...	-0.4880773602...	0.04418921984...	0.06721217673...
1974-08-01	-0.6561779922...	-0.74027741114...	-0.5030289832...	0.05815986372...	0.09091049411...
1974-09-01	-0.6477096844...	-0.7213301680...	-0.49297117072...	0.04876194639...	0.07496886468...
1974-10-01	-0.6506469653...	-0.7279021274...	-0.4964597804...	0.05202166766...	0.08049830985...
1974-11-01	-0.6544313068...	-0.7363693253...	-0.5009544443...	0.05622143569...	0.08762235054...
1974-12-01	-0.6605221577...	-0.7499971759...	-0.5081885504...	0.06298091051...	0.09908840617...
1975-01-01	-0.6135386783...	-0.7141220772...	-0.4786736675...	0.07458574613...	0.11951051535...
1975-02-01	-0.6473178937...	-0.7204535639...	-0.4925058408...	0.04832714688...	0.07423131694...
1975-03-01	-0.6557003178...	-0.7392086483...	-0.5024616492...	0.05762975258...	0.09001126984...
1975-04-01	-0.6591859333...	-0.7470074677...	-0.5066015161...	0.06149800191...	0.09657295742...
1975-05-01	-0.6593278281...	-0.7473249475...	-0.5067700447...	0.06165547329...	0.09684007515...
1975-06-01	-0.6572192247...	-0.7426070955...	-0.5042656555...	0.05931539761...	0.09287061915...
1975-07-01	-0.6435892761...	-0.71211104438...	-0.4880773602...	0.04418921984...	0.06721217673...
1975-08-01	-0.6561779922...	-0.74027741114...	-0.5030289832...	0.05815986372...	0.09091049411...
1975-09-01	-0.6477096844...	-0.7213301680...	-0.49297117072...	0.04876194639...	0.07496886468...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1975-10-01	-0.6506469653...	-0.7279021274...	-0.4964597804...	0.05202166766...	0.08049830985...
1975-11-01	-0.6544313068...	-0.7363693253...	-0.5009544443...	0.05622143569...	0.08762235054...
1975-12-01	-0.5089994935...	-0.6879643997...	-0.4333746790...	0.14980855608...	0.24932119919...
1976-01-01	-0.6222456797...	-0.7336033804...	-0.4890149765...	0.08424855964...	0.13590148654...
1976-02-01	-0.6573920453...	-0.7429937696...	-0.5044709146...	0.05950718968...	0.09319595485...
1976-03-01	-0.6629803280...	-0.7554971591...	-0.51110812030...	0.06570892681...	0.10371592346...
1976-04-01	-0.6653040717...	-0.7606963721...	-0.5138680315...	0.06828775970...	0.10809038184...
1976-05-01	-0.6653986683...	-0.7609080253...	-0.5139803839...	0.06839274062...	0.10826846033...
1976-06-01	-0.6639929326...	-0.7577627906...	-0.51231079115...	0.06683269017...	0.10562215633...
1976-07-01	-0.6549063003...	-0.7374320898...	-0.5015185942...	0.05674857165...	0.08851652805...
1976-08-01	-0.6632987776...	-0.7562096677...	-0.51148634300...	0.06606233424...	0.10431540630...
1976-09-01	-0.4303692428...	-0.6505290080...	-0.3925603276...	0.19003852437...	0.31903684287...
1976-10-01	-0.65961142641...	-0.7479594786...	-0.5071068744...	0.06197020353...	0.09737395013...
1976-11-01	-0.6621343207...	-0.7536042772...	-0.5101033170...	0.06477004888...	0.10212331059...
1976-12-01	-0.6661948880...	-0.7626895109...	-0.5149260544...	0.06927636543...	0.10976734767...
1977-01-01	-0.6135386783...	-0.7141220772...	-0.4786736675...	0.07458574613...	0.11951051535...
1977-02-01	-0.6473178937...	-0.7204535639...	-0.4925058408...	0.04832714688...	0.07423131694...
1977-03-01	-0.6557003178...	-0.7392086483...	-0.5024616492...	0.05762975258...	0.09001126984...
1977-04-01	-0.6591859333...	-0.7470074677...	-0.5066015161...	0.06149800191...	0.09657295742...
1977-05-01	-0.6593278281...	-0.7473249475...	-0.5067700447...	0.06165547329...	0.09684007515...
1977-06-01	-0.6572192247...	-0.7426070955...	-0.5042656555...	0.05931539761...	0.09287061915...
1977-07-01	-0.6435892761...	-0.71211104438...	-0.4880773602...	0.04418921984...	0.06721217673...
1977-08-01	-0.6561779922...	-0.74027741114...	-0.5030289832...	0.05815986372...	0.09091049411...
1977-09-01	-0.6477096844...	-0.7213301680...	-0.49297117072...	0.04876194639...	0.07496886468...
1977-10-01	-0.6506469653...	-0.7279021274...	-0.4964597804...	0.05202166766...	0.08049830985...
1977-11-01	-0.6544313068...	-0.7363693253...	-0.5009544443...	0.05622143569...	0.08762235054...
1977-12-01	-0.6605221577...	-0.7499971759...	-0.5081885504...	0.06298091051...	0.09908840617...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1978-01-01	-0.6514193444...	-0.7296302712...	-0.4973771353...	0.05287883474...	0.08195231709...
1978-02-01	-0.6473178937...	-0.7204535639...	-0.4925058408...	0.04832714688...	0.07423131694...
1978-03-01	-0.6557003178...	-0.7392086483...	-0.5024616492...	0.05762975258...	0.09001126984...
1978-04-01	-0.6591859333...	-0.7470074677...	-0.5066015161...	0.06149800191...	0.09657295742...
1978-05-01	-0.6593278281...	-0.7473249475...	-0.5067700447...	0.06165547329...	0.09684007515...
1978-06-01	-0.6572192247...	-0.7426070955...	-0.5042656555...	0.05931539761...	0.09287061915...
1978-07-01	-0.6435892761...	-0.71211104438...	-0.4880773602...	0.04418921984...	0.06721217673...
1978-08-01	-0.6561779922...	-0.74027741114...	-0.5030289832...	0.05815986372...	0.09091049411...
1978-09-01	-0.6477096844...	-0.7213301680...	-0.49297117072...	0.04876194639...	0.07496886468...
1978-10-01	-0.6506469653...	-0.7279021274...	-0.4964597804...	0.05202166766...	0.08049830985...
1978-11-01	-0.6544313068...	-0.7363693253...	-0.5009544443...	0.05622143569...	0.08762235054...
1978-12-01	-0.6605221577...	-0.7499971759...	-0.5081885504...	0.06298091051...	0.09908840617...
1979-01-01	-0.6601263457...	-0.74911157450...	-0.5077184443...	0.06254164825...	0.09834328829...
1979-02-01	-0.6573920453...	-0.7429937696...	-0.5044709146...	0.05950718968...	0.09319595485...
1979-03-01	-0.6629803280...	-0.7554971591...	-0.51110812030...	0.06570892681...	0.10371592346...
1979-04-01	-0.6653040717...	-0.7606963721...	-0.5138680315...	0.06828775970...	0.10809038184...
1979-05-01	-0.6653986683...	-0.7609080253...	-0.5139803839...	0.06839274062...	0.10826846033...
1979-06-01	-0.6639929326...	-0.7577627906...	-0.51231079115...	0.06683269017...	0.10562215633...
1979-07-01	-0.4276223040...	-0.6443829256...	-0.3892977873...	0.18699004000...	0.31386571757...
1979-08-01	-0.6632987776...	-0.7562096677...	-0.51148634300...	0.06606233424...	0.10431540630...
1979-09-01	-0.6576532391...	-0.74357817231...	-0.50478113462...	0.05979705602...	0.09368765335...
1979-10-01	-0.4702080961...	-0.6704185083...	-0.4135895352...	0.17050476049...	0.28516494140...
1979-11-01	-0.6621343207...	-0.7536042772...	-0.5101033170...	0.06477004888...	0.10212331059...
1979-12-01	-0.6661948880...	-0.7626895109...	-0.5149260544...	0.06927636543...	0.10976734767...
1980-01-01	-0.6048316769...	-0.6946407740...	-0.4683323585...	0.06492293262...	0.10311954415...
1980-02-01	-0.6372437421...	-0.6979133583...	-0.4805407669...	0.03714710408...	0.05526667902...
1980-03-01	-0.6484203076...	-0.7229201374...	-0.4938151781...	0.04955057835...	0.07630661623...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1980-04-01	-0.6530677949...	-0.7333185634...	-0.49933500071...	0.05470824413...	0.08505553300...
1980-05-01	-0.6532569880...	-0.7337418697...	-0.4995597054...	0.05491820596...	0.08541168997...
1980-06-01	-0.6504455167...	-0.7274514004...	-0.4962205198...	0.05179810506...	0.08011908198...
1980-07-01	-0.6322722520...	-0.6867899988...	-0.4746361261...	0.03162986804...	0.04590782541...
1980-08-01	-0.6490572068...	-0.7243451545...	-0.4945716235...	0.05025739320...	0.07750558191...
1980-09-01	-0.6377661297...	-0.6990821637...	-0.48116120682...	0.03772683676...	0.05625007601...
1980-10-01	-0.4522791740...	-0.6303038060...	-0.3922953472...	0.15060768875...	0.25141366084...
1980-11-01	-0.6467282929...	-0.7191343734...	-0.49180557161...	0.04767282249...	0.07312139049...
1980-12-01	-0.6548494274...	-0.7373048409...	-0.5014510463...	0.05668545560...	0.08840946466...
1981-01-01	-0.6514193444...	-0.7296302712...	-0.4973771353...	0.05287883474...	0.08195231709...
1981-02-01	-0.6473178937...	-0.7204535639...	-0.4925058408...	0.04832714688...	0.07423131694...
1981-03-01	-0.6557003178...	-0.7392086483...	-0.5024616492...	0.05762975258...	0.09001126984...
1981-04-01	-0.6591859333...	-0.7470074677...	-0.5066015161...	0.06149800191...	0.09657295742...
1981-05-01	-0.6593278281...	-0.7473249475...	-0.5067700447...	0.06165547329...	0.09684007515...
1981-06-01	-0.6572192247...	-0.7426070955...	-0.5042656555...	0.05931539761...	0.09287061915...
1981-07-01	-0.6435892761...	-0.71211104438...	-0.4880773602...	0.04418921984...	0.06721217673...
1981-08-01	-0.6561779922...	-0.74027741114...	-0.5030289832...	0.05815986372...	0.09091049411...
1981-09-01	-0.6477096844...	-0.7213301680...	-0.49297117072...	0.04876194639...	0.07496886468...
1981-10-01	-0.6506469653...	-0.7279021274...	-0.4964597804...	0.05202166766...	0.08049830985...
1981-11-01	-0.6544313068...	-0.7363693253...	-0.5009544443...	0.05622143569...	0.08762235054...
1981-12-01	-0.6605221577...	-0.7499971759...	-0.5081885504...	0.06298091051...	0.09908840617...
1982-01-01	-0.6048316769...	-0.6946407740...	-0.4683323585...	0.06492293262...	0.10311954415...
1982-02-01	-0.6372437421...	-0.6979133583...	-0.4805407669...	0.03714710408...	0.05526667902...
1982-03-01	-0.6484203076...	-0.7229201374...	-0.4938151781...	0.04955057835...	0.07630661623...
1982-04-01	-0.6530677949...	-0.7333185634...	-0.49933500071...	0.05470824413...	0.08505553300...
1982-05-01	-0.6532569880...	-0.7337418697...	-0.4995597054...	0.05491820596...	0.08541168997...
1982-06-01	-0.6504455167...	-0.7274514004...	-0.4962205198...	0.05179810506...	0.08011908198...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1982-07-01	-0.6322722520...	-0.6867899988...	-0.4746361261...	0.03162986804...	0.04590782541...
1982-08-01	-0.6490572068...	-0.7243451545...	-0.4945716235...	0.05025739320...	0.07750558191...
1982-09-01	-0.6377661297...	-0.6990821637...	-0.48116120682...	0.03772683676...	0.05625007601...
1982-10-01	-0.6416825042...	-0.7078447762...	-0.4858126864...	0.04207313180...	0.06362266957...
1982-11-01	-0.2300409664...	-0.5485442390...	-0.2860674255...	0.28644884779...	0.48626157129...
1982-12-01	-0.6548494274...	-0.7373048409...	-0.5014510463...	0.05668545560...	0.08840946466...
1983-01-01	-0.6427123430...	-0.7101489680...	-0.4870358263...	0.04321602123...	0.06556134589...
1983-02-01	-0.6372437421...	-0.6979133583...	-0.4805407669...	0.03714710408...	0.05526667902...
1983-03-01	-0.6484203076...	-0.7229201374...	-0.4938151781...	0.04955057835...	0.07630661623...
1983-04-01	-0.6530677949...	-0.7333185634...	-0.49933500071...	0.05470824413...	0.08505553300...
1983-05-01	-0.6532569880...	-0.7337418697...	-0.4995597054...	0.05491820596...	0.08541168997...
1983-06-01	-0.6504455167...	-0.7274514004...	-0.4962205198...	0.05179810506...	0.08011908198...
1983-07-01	-0.6322722520...	-0.6867899988...	-0.4746361261...	0.03162986804...	0.04590782541...
1983-08-01	-0.4217732105...	-0.6312959902...	-0.3823508166...	0.18049886155...	0.30285477144...
1983-09-01	-0.6377661297...	-0.6990821637...	-0.48116120682...	0.03772683676...	0.05625007601...
1983-10-01	-0.6416825042...	-0.7078447762...	-0.4858126864...	0.04207313180...	0.06362266957...
1983-11-01	-0.6467282929...	-0.7191343734...	-0.49180557161...	0.04767282249...	0.07312139049...
1983-12-01	-0.6548494274...	-0.7373048409...	-0.5014510463...	0.05668545560...	0.08840946466...
1984-01-01	-0.5961246756...	-0.6751594708...	-0.4579910494...	0.05526011911...	0.08672857295...
1984-02-01	-0.6271695906...	-0.6753731527...	-0.4685756930...	0.02596706128...	0.03630204110...
1984-03-01	-0.64114029741...	-0.7066316266...	-0.4851687071...	0.04147140412...	0.06260196261...
1984-04-01	-0.6469496565...	-0.7196296590...	-0.4920684852...	0.04791848634...	0.07353810857...
1984-05-01	-0.6471861479...	-0.7201587919...	-0.4923493662...	0.04818093864...	0.07398330479...
1984-06-01	-0.6436718088...	-0.7122957053...	-0.4881753842...	0.04428081251...	0.06736754480...
1984-07-01	-0.6209552279...	-0.6614689533...	-0.46119489207...	0.01907051623...	0.02460347409...
1984-08-01	-0.6419364213...	-0.7084128979...	-0.48611426387...	0.04235492268...	0.06410066972...
1984-09-01	-0.6278225750...	-0.6768341594...	-0.4693512429...	0.02669172714...	0.03753128734...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1984-10-01	-0.6327180431...	-0.6877874251...	-0.4751655924...	0.03212459593...	0.04674702929...
1984-11-01	-0.6390252789...	-0.7018994216...	-0.4826566989...	0.03912420929...	0.05862043045...
1984-12-01	-0.6491766972...	-0.7246125059...	-0.4947135423...	0.05039000068...	0.07773052316...
1985-01-01	-0.6165913388...	-0.6517050584...	-0.45601189927...	0.01422758070...	0.01638843230...
1985-02-01	-0.6070212874...	-0.6302927414...	-0.4446455453...	0.00360697569...	-0.0016272347...
1985-03-01	-0.6265802769...	-0.6740546048...	-0.4678757650...	0.02531305566...	0.03519265539...
1985-04-01	-0.6347133797...	-0.6922518502...	-0.4775354544...	0.03433897077...	0.05050325973...
1985-05-01	-0.6350444677...	-0.6929926363...	-0.4779286877...	0.03470640398...	0.05112653444...
1985-06-01	-0.4786017287...	-0.6199515389...	-0.3972712416...	0.11607387297...	0.19209726347...
1985-07-01	-0.59832117972...	-0.6108268623...	-0.4343124239...	-0.0060481873...	-0.0180052285...
1985-08-01	-0.6276948505...	-0.6765483847...	-0.4691995444...	0.02654998165...	0.03729084534...
1985-09-01	-0.6079354656...	-0.6323381507...	-0.4457313151...	0.00462150788...	9.37100102644...
1985-10-01	-0.6147891210...	-0.6476727228...	-0.4538714044...	0.01222752419...	0.01299574874...
1985-11-01	-0.62361925117...	-0.6674295179...	-0.4643589535...	0.02202698290...	0.02961851035...
1985-12-01	-0.6378312366...	-0.6992278359...	-0.4812385343...	0.03779909084...	0.05637264015...
1986-01-01	-0.5034003209...	-0.39844811677...	-0.3215748820...	-0.11138899493...	-0.1966941932...
1986-02-01	-0.4760573167...	-0.3372700680...	-0.2890995850...	-0.1417335806...	-0.2481675276...
1986-03-01	-0.5319401440...	-0.4623039636...	-0.3554716412...	-0.0797162093...	-0.1429678415...
1986-04-01	-0.5551775804...	-0.5142960934...	-0.3830707538...	-0.0539278804...	-0.0992232577...
1986-05-01	-0.5561235461...	-0.51641262511...	-0.3841942776...	-0.0528780712...	-0.0974424728...
1986-06-01	-0.2390208613...	-0.3608947262...	-0.2178706071...	0.10517671535...	0.17656007319...
1986-07-01	-0.45119986620...	-0.2816532706...	-0.2595763810...	-0.1693197609...	-0.2949617956...
1986-08-01	-0.5351246398...	-0.4694290490...	-0.3592538682...	-0.0761821350...	-0.1369730131...
1986-09-01	-0.4786692544...	-0.34311409486...	-0.2922017844...	-0.1388349172...	-0.2432505426...
1986-10-01	-0.3467284629...	-0.3248943816...	-0.24064531116...	-0.0302757965...	-0.0561547818...
1986-11-01	-0.5234800703...	-0.4433751437...	-0.3454236083...	-0.0891049886...	-0.1588939702...
1986-12-01	-0.5640857431...	-0.5342274809...	-0.3936509822...	-0.0440418231...	-0.0824535994...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1987-01-01	-0.5556423292...	-0.5153359360...	-0.3836227361...	-0.05341211387...	-0.0983483660...
1987-02-01	-0.5365022263...	-0.47251130193...	-0.3608900282...	-0.0746533238...	-0.1343797001...
1987-03-01	-0.5756202053...	-0.5600350288...	-0.4073504676...	-0.03124116394...	-0.0607399199...
1987-04-01	-0.5918864109...	-0.5964295196...	-0.4266698464...	-0.0131893337...	-0.03011871121...
1987-05-01	-0.5925485868...	-0.59791109185...	-0.42745631311...	-0.0124544673...	-0.0288721618...
1987-06-01	-0.5827084373...	-0.5758944493...	-0.4157691635...	-0.0233748204...	-0.0473962897...
1987-07-01	-0.5191020109...	-0.4335795437...	-0.3402237854...	-0.0939636500...	-0.1671356877...
1987-08-01	-0.5778493524...	-0.5650225886...	-0.4099980265...	-0.02876731197...	-0.0565435400...
1987-09-01	-0.5383305826...	-0.4766021206...	-0.3630615678...	-0.0726242594...	-0.1309378106...
1987-10-01	-0.5520378935...	-0.5072712647...	-0.3793417464...	-0.0574122268...	-0.1051337332...
1987-11-01	-0.5696981537...	-0.5467848549...	-0.4003168445...	-0.0378133094...	-0.0718882099...
1987-12-01	-0.5981221248...	-0.6103814909...	-0.4340760063...	-0.0062690935...	-0.0183799503...
1988-01-01	-0.4655196548...	-0.3829399227...	-0.3028714141...	-0.0896820835...	-0.1591359949...
1988-02-01	-0.4760573167...	-0.3372700680...	-0.2890995850...	-0.1417335806...	-0.2481675276...
1988-03-01	-0.4182981458...	-0.4157793815...	-0.2993612378...	-0.0145954751...	-0.0302932468...
1988-04-01	-0.4036549163...	-0.4522633172...	-0.3082568825...	0.03289976511...	0.05100953526...
1988-05-01	-0.5561235461...	-0.51641262511...	-0.3841942776...	-0.0528780712...	-0.0974424728...
1988-06-01	-0.4284241915...	-0.4384356965...	-0.31138794628...	-0.0033578416...	-0.01123091807...
1988-07-01	-0.45119986620...	-0.2816532706...	-0.2595763810...	-0.1693197609...	-0.2949617956...
1988-08-01	-0.5351246398...	-0.4694290490...	-0.3592538682...	-0.0761821350...	-0.1369730131...
1988-09-01	-0.4786692544...	-0.34311409486...	-0.2922017844...	-0.1388349172...	-0.2432505426...
1988-10-01	-0.49825112714...	-0.3869271578...	-0.3154591824...	-0.11710344210...	-0.2063875748...
1988-11-01	-0.3719574061...	-0.3813423676...	-0.2706097370...	-0.0022773430...	-0.00866117723...
1988-12-01	-0.5640857431...	-0.5342274809...	-0.3936509822...	-0.0440418231...	-0.0824535994...
1989-01-01	-0.4859863181...	-0.3594855103...	-0.3008922639...	-0.1307146219...	-0.2294761356...
1989-02-01	0.22594297520...	-0.0130421640...	0.07149298357...	0.22663073876...	0.38995076511...
1989-03-01	-0.4037381254...	-0.3832023598...	-0.2820682956...	-0.0307538236...	-0.0577025540...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1989-04-01	-0.5429413036...	-0.4869182846...	-0.3685377230...	-0.0675073960...	-0.1222581065...
1989-05-01	-0.3924592017...	-0.4272136933...	-0.2949597279...	0.02047503964...	0.02993354978...
1989-06-01	-0.5285187737...	-0.4546488884...	-0.3514080784...	-0.0835131608...	-0.1494085871...
1989-07-01	-0.2770431537...	-0.1689784034...	-0.1578800416...	-0.1076108189...	-0.1873377052...
1989-08-01	-0.5208830689...	-0.4375645359...	-0.3423391488...	-0.09198707611...	-0.1637828375...
1989-09-01	-0.4587821450...	-0.2986180862...	-0.2685818566...	-0.16090513651...	-0.2806881200...
1989-10-01	-0.4803222050...	-0.3468124555...	-0.2941649944...	-0.1370005138...	-0.2401388554...
1989-11-01	-0.3565513783...	-0.3468724638...	-0.25231199166...	-0.0193745694...	-0.0376630973...
1989-12-01	-0.5527402826...	-0.5088428109...	-0.3801759742...	-0.0566327329...	-0.10381148241...
1990-01-01	-0.3871566424...	-0.2076081938...	-0.2097996329...	-0.1766474051...	-0.3066547357...
1990-02-01	-0.3853899524...	-0.1344082173...	-0.1814139202...	-0.2423539658...	-0.4188492688...
1990-03-01	-0.4664200519...	-0.3157073658...	-0.2776534017...	-0.1524287773...	-0.2663097241...
1990-04-01	-0.3485916706...	-0.3290631778...	-0.2428582437...	-0.0282080549...	-0.0526472845...
1990-05-01	-0.5014859851...	-0.3941649250...	-0.3193012245...	-0.11351347721...	-0.2002979394...
1990-06-01	-0.3674608200...	-0.3020344404...	-0.2389817255...	-0.0710134745...	-0.1259947526...
1990-07-01	-0.3493466491...	-0.0537638610...	-0.1386052744...	-0.2823539271...	-0.4867009575...
1990-08-01	-0.3195149067...	-0.2640059636...	-0.2083237595...	-0.0604767241...	-0.1073844298...
1990-09-01	-0.3891772620...	-0.1428820561...	-0.1859121093...	-0.2381509038...	-0.41171964069...
1990-10-01	-0.4175709775...	-0.2064109974...	-0.2196353364...	-0.2066402649...	-0.3582683373...
1990-11-01	-0.45415294511...	-0.2882605770...	-0.2630837540...	-0.1660425073...	-0.2894026106...
1990-12-01	-0.4372698386...	-0.3889800778...	-0.2956065105...	-0.0572870945...	-0.1034476764...
1991-01-01	-0.2330322979...	-0.0012600769...	-0.0793209161...	-0.2201989039...	-0.3790570800...
1991-02-01	-0.1431999240...	0.13048640964...	0.00108561590...	-0.2561467054...	-0.4392982170...
1991-03-01	0.05366803259...	0.01698756039...	0.02460645164...	0.03534159123...	0.06104677242...
1991-04-01	-0.3314090910...	-0.2213712325...	-0.1961630727...	-0.11102278643...	-0.1938623025...
1991-05-01	-0.2953257598...	-0.2098844487...	-0.1795943001...	-0.0873212375...	-0.1529206130...
1991-06-01	0.07230921189...	-0.0105512440...	0.02045917336...	0.07840000636...	0.13482339529...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1991-07-01	-0.2474934320...	0.17412554852...	-0.0176341678...	-0.3953880934...	-0.67844011940...
1991-08-01	-0.4069505020...	-0.1826484304...	-0.2070213935...	-0.2184266044...	-0.3782614326...
1991-09-01	-0.2996852697...	0.05734998258...	-0.0796224342...	-0.3374668905...	-0.5801887387...
1991-10-01	-0.0717261655...	0.08266252127...	0.00711278426...	-0.1442287080...	-0.2472417120...
1991-11-01	-0.3848258199...	-0.1331460103...	-0.1807438997...	-0.2429800261...	-0.41991125110...
1991-12-01	-0.4619765983...	-0.3057654509...	-0.2723759101...	-0.15736001164...	-0.2746745464...
1992-01-01	-0.1603236263...	0.09217332995...	-0.0192522122...	-0.2371432466...	-0.4070627665...
1992-02-01	-0.1029033176...	0.22064723220...	0.04894591138...	-0.3008668766...	-0.5151567687...
1992-03-01	-0.0687345906...	0.02010882766...	-0.0156215354...	-0.0838027512...	-0.1440046350...
1992-04-01	-0.0796525412...	-0.0735664507...	-0.0548762040...	-0.0079403492...	-0.0145828107...
1992-05-01	-0.3089230654...	-0.1710603316...	-0.16945641102...	-0.1359772182...	-0.2361923520...
1992-06-01	-0.3930446149...	-0.15153498611...	-0.1905053658...	-0.23385901193...	-0.4044393307...
1992-07-01	-0.0885833374...	0.32193431270...	0.09224117194...	-0.3805047665...	-0.6509829299...
1992-08-01	-0.3784673602...	-0.11891940409...	-0.1731919546...	-0.2500364864...	-0.4318810813...
1992-09-01	-0.1462690527...	0.19286658192...	0.02372782484...	-0.3164865948...	-0.5423892986...
1992-10-01	-0.0737489873...	0.14738373185...	0.03099769242...	-0.2057297628...	-0.3523024714...
1992-11-01	-0.3540137642...	-0.0642062029...	-0.1441484089...	-0.2771744789...	-0.4779150912...
1992-12-01	-0.3635243452...	-0.2239797228...	-0.2080189584...	-0.1391280085...	-0.2422739159...
1993-01-01	-2.7086602162...	-1.1292571681...	5.26761463049...	0.25759741037...	-0.5633108826...
1993-02-01	-2.6350219402...	-0.9576065357...	5.21461239550...	0.13687529996...	-0.71631889911...
1993-03-01	-2.6287607598...	-1.1927166032...	5.03262584331...	0.33759720265...	-0.3388537031...
1993-04-01	-2.6551389608...	-1.2945777697...	4.88695907485...	0.38390414216...	-0.2244126531...
1993-05-01	-2.6268735937...	-1.2742670318...	4.80615068832...	0.36963197003...	-0.2128171012...
1993-06-01	-2.4481704385...	-1.1252177472...	4.82510165941...	0.37972593249...	-0.1577880150...
1993-07-01	-2.4221646445...	-0.6947352065...	4.89921443392...	-0.0143340488...	-0.7950903069...
1993-08-01	-2.4829120599...	-1.0824593634...	4.63174683005...	0.26199930692...	-0.2881567028...
1993-09-01	-2.42745179761...	-0.7941771306...	4.66181122205...	0.02674414126...	-0.6542148527...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1993-10-01	-2.4445682151...	-0.8762413982...	4.52671100498...	0.06342570828...	-0.5569884389...
1993-11-01	-2.0966329735...	-0.8342428325...	4.56219468225...	0.33261297990...	-0.0582281869...
1993-12-01	-2.3923715726...	-1.1247370797...	4.25365789421...	0.29639044648...	-0.0895837374...
1994-01-01	-2.1449998963...	-0.75506641103...	4.37784662317...	0.16791486656...	-0.2712571586...
1994-02-01	-2.1628103190...	-0.6306002978...	4.32403520289...	0.01432028236...	-0.50120110951...
1994-03-01	-2.0772081600...	-0.8290637298...	4.18259262552...	0.25616188974...	-0.0547909967...
1994-04-01	-1.9499901336...	-0.8670137925...	4.11290895335...	0.38894340801...	0.20663769594...
1994-05-01	-2.1479468583...	-0.9404490913...	3.91970141742...	0.24541932507...	-0.0083823238...
1994-06-01	-1.9309495024...	-0.7783474647...	3.95626301186...	0.27914682162...	0.08423264608...
1994-07-01	-1.8325063751...	-0.3279785413...	4.06210478752...	-0.0652049818...	-0.4708153234...
1994-08-01	-1.9634749758...	-0.7383935216...	3.76190348805...	0.16443792623...	-0.0484570178...
1994-09-01	-1.9851736678...	-0.4885709205...	3.75087892813...	-0.1096347305...	-0.4859714196...
1994-10-01	-1.6209762694...	-0.4145715108...	3.80362305917...	0.14459876756...	-0.0167793254...
1994-11-01	-1.8762403792...	-0.61917110229...	3.54097274301...	0.06674947464...	-0.1232162030...
1994-12-01	-2.0924545896...	-0.8754772166...	3.27185374181...	0.07346724448...	-0.0852880748...
1995-01-01	-1.6690587152...	-0.1868625714...	3.57617181659...	-0.1826228373...	-0.48811184814...
1995-02-01	-1.1720403481...	0.18361188549...	3.78942904904...	-0.0748624795...	-0.2705774986...
1995-03-01	-1.6188287135...	-0.31179224506...	3.35460693811...	-0.0666741481...	-0.2358104701...
1995-04-01	-1.6205441607...	-0.4369513459...	3.20761966849...	0.02252227248...	-0.0567272341...
1995-05-01	-1.5896868465...	-0.4206966585...	3.12527264910...	0.01232710308...	-0.04766119728...
1995-06-01	-1.5492084905...	-0.3143990569...	3.08029767340...	-0.0717756979...	-0.1654013439...
1995-07-01	-1.3801713928...	0.28651638735...	3.26651596062...	-0.4892480540...	-0.8515777926...
1995-08-01	-1.6093753406...	-0.28228681165...	2.87225467326...	-0.2087999177...	-0.35129024111...
1995-09-01	-1.2451564415...	0.19974917560...	3.07923784568...	-0.3317782257...	-0.53356411634...
1995-10-01	-1.2338184697...	0.09913704530...	2.94557138877...	-0.2537808925...	-0.37794311291...
1995-11-01	-1.2399848559...	-0.0414997090...	2.79071216957...	-0.1557509849...	-0.1891650554...
1995-12-01	-1.5215763035...	-0.3837932225...	2.46603552371...	-0.1339050732...	-0.1348969250...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1996-01-01	-1.2521615852...	0.18775568972...	2.68120224499...	-0.4234698717...	-0.5824185746...
1996-02-01	-0.9221314261...	0.49157036939...	2.80201167237...	-0.4224134152...	-0.5813664033...
1996-03-01	-1.1547910131...	0.04962123232...	2.45756195945...	-0.2624205551...	-0.2932153987...
1996-04-01	-1.0846859835...	-0.0626123980...	2.33913832101...	-0.11886843084...	-0.02949119572...
1996-05-01	-0.9376040166...	-0.0029065073...	2.31214587175...	-0.06051823711...	0.08931075560...
1996-06-01	-1.0796838760...	0.03294070587...	2.17843500573...	-0.2548783890...	-0.2274374476...
1996-07-01	-0.1992253690...	0.97178440841...	2.73370728130...	-0.3091336477...	-0.2918934495...
1996-08-01	-1.2471560912...	0.01890522976...	1.91708138590...	-0.4540748523...	-0.5356459336...
1996-09-01	-0.8266801017...	0.55251916671...	2.16353030814...	-0.5719975306...	-0.7145050681...
1996-10-01	-0.6688055488...	0.49922398406...	2.09873653356...	-0.3988967419...	-0.3993704580...
1996-11-01	-0.9853191924...	0.21630447886...	1.78672964166...	-0.4648078610...	-0.4980408585...
1996-12-01	-0.8628440447...	0.01639434283...	1.65527921291...	-0.1898570449...	-0.0083072400...
1997-01-01	-0.7051774537...	0.31097006788...	1.72244821435...	-0.3367667612...	-0.2375032731...
1997-02-01	-0.51561131856...	0.54255208556...	1.78183907677...	-0.3938017023...	-0.3128774740...
1997-03-01	-0.7994271976...	0.13194449444...	1.43793749755...	-0.3089403509...	-0.1509771789...
1997-04-01	-1.1001375598...	-0.1088071668...	1.15040567985...	-0.3968416652...	-0.2824770422...
1997-05-01	-0.6161053375...	0.09248942169...	1.29699283064...	-0.1457364045...	0.17641892425...
1997-06-01	-0.4674296140...	0.23802129214...	1.30980197240...	-0.1613088791...	0.17705092627...
1997-07-01	-0.4339805950...	0.75127553476...	1.42414035337...	-0.6242486214...	-0.5861855831...
1997-08-01	-0.4999490649...	0.28215092439...	1.13140375202...	-0.2770010094...	0.03525075429...
1997-09-01	-0.4184709802...	0.63105963251...	1.20161817379...	-0.5416966661...	-0.3850608564...
1997-10-01	-0.5623969754...	0.47851407048...	1.00630432464...	-0.5581530552...	-0.3822185561...
1997-11-01	-0.6862513185...	0.30465476251...	0.81082955528...	-0.5351506283...	-0.3095175316...
1997-12-01	0.01455688263...	0.38647978061...	0.99263708631...	0.03665842072...	0.71342652658...
1998-01-01	-0.3508915852...	0.78623205496...	0.93425769643...	-0.6964643236...	-0.5027569825...
1998-02-01	-0.0413279319...	1.10841744121...	1.08024934863...	-0.7152455014...	-0.4897232135...
1998-03-01	-0.5630654884...	0.54367971095...	0.60959960350...	-0.7063106153...	-0.4373519620...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1998-04-01	-0.2104305699...	0.55350035849...	0.65157919409...	-0.3952621999...	0.14655345982...
1998-05-01	-0.6124921908...	0.40234327959...	0.37860438995...	-0.6518626850...	-0.2455774709...
1998-06-01	-0.28031184725...	0.65185727924...	0.50768492100...	-0.5787557257...	-0.0619788253...
1998-07-01	0.17514967830...	1.45873099207...	0.89166864187...	-0.9004799902...	-0.5477128924...
1998-08-01	-0.0380831814...	0.84342568121...	0.50996926524...	-0.5471843518...	0.11536405951...
1998-09-01	-0.1268122349...	1.20406779565...	0.54383095429...	-0.9726298812...	-0.5472510626...
1998-10-01	-0.2260261960...	1.06162062791...	0.38494716894...	-0.9436300666...	-0.4300331475...
1998-11-01	-0.00660611784...	1.01409915920...	0.37172423934...	-0.6980282443...	0.06514146777...
1998-12-01	-0.2991629534...	0.65750323759...	0.06985100497...	-0.6528617063...	0.21556799108...
1999-01-01	0.07798608455...	1.51434409402...	0.48799030382...	-1.0856052933...	-0.4767399590...
1999-02-01	-0.0241546455...	1.74626261954...	0.44809931351...	-1.4000837962...	-0.8920283366...
1999-03-01	0.10232692815...	1.37234980417...	0.28953857511...	-0.9368412625...	-0.0137022212...
1999-04-01	-0.3078840617...	1.04949628061...	-0.0310007781...	-1.0292802709...	-0.0858279341...
1999-05-01	-0.1269541083...	1.15286318095...	0.01270138495...	-0.9514405195...	0.14239283440...
1999-06-01	-0.1451202859...	1.29868635346...	0.00770202152...	-1.1008048942...	-0.0187362018...
1999-07-01	0.67349725361...	2.41919465435...	0.65852379901...	-1.3516406414...	-0.3418812724...
1999-08-01	-0.0154578203...	1.48525135376...	0.02141519917...	-1.1424087178...	0.10275126807...
1999-09-01	0.19160555558...	2.07199710631...	0.26850417837...	-1.4812673391...	-0.3795932009...
1999-10-01	-0.0958530512...	1.83020139799...	0.03685103983...	-1.5265340408...	-0.3684406156...
1999-11-01	-0.3336294467...	1.56142431069...	-0.1850389593...	-1.4992505882...	-0.2349939134...
1999-12-01	-0.1486700832...	1.33806047734...	-0.2433001303...	-1.11178608414...	0.51603740530...
2000-01-01	0.04573059875...	1.87103129831...	0.00711221660...	-1.4144019902...	0.04606699750...
2000-02-01	-0.1948484859...	2.03507848021...	-0.0560572574...	-1.7840865089...	-0.4701525054...
2000-03-01	0.23502660795...	1.80159672686...	-0.0246305166...	-1.1540031072...	0.68537034302...
2000-04-01	-0.0283616078...	1.53976269152...	-0.2358092724...	-1.1561095153...	0.74940656476...
2000-05-01	-0.3095257669...	1.44416524577...	-0.3868366395...	-1.3280543858...	0.51885286820...
2000-06-01	0.11789147479...	1.75486961760...	-0.1410066424...	-1.2009183667...	0.80384662098...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2000-07-01	0.91364890075...	2.81835680964...	0.51798156925...	-1.4169123017...	0.50309884361...
2000-08-01	-0.2928139646...	1.68559650228...	-0.3281345354...	-1.5125299561...	0.37566623535...
2000-09-01	0.73120687766...	2.56267030249...	0.36055387426...	-1.3377835262...	0.72131982592...
2000-10-01	-0.1999830596...	2.04005024885...	-0.1423347003...	-1.7321683394...	0.06606828459...
2000-11-01	-0.0558825038...	1.91230949185...	-0.1323154650...	-1.4693243532...	0.54476580075...
2000-12-01	-0.5449992971...	1.40343858402...	-0.4820813353...	-1.4578657692...	0.58353836480...
2001-01-01	0.34335909461...	2.38110567221...	0.19772896098...	-1.5070510032...	0.53416285121...
2001-02-01	0.69038635187...	2.76617256788...	0.46811976353...	-1.5260496506...	0.52565078045...
2001-03-01	0.04140520425...	2.02727670862...	-0.02611264668...	-1.4573187086...	0.65142712556...
2001-04-01	-0.0742551454...	1.78620679795...	-0.1517598923...	-1.3409791385...	0.86295262153...
2001-05-01	-0.3867434571...	1.65474699436...	-0.3035134437...	-1.5134730621...	0.57545166899...
2001-06-01	-0.3241722005...	1.80436067015...	-0.2228339662...	-1.5894366939...	0.45429226332...
2001-07-01	0.17674526716...	2.79189886283...	0.32301560078...	-2.0214227239...	-0.2727943919...
2001-08-01	-0.1800894973...	1.92499835495...	-0.1265952953...	-1.5621720642...	0.50755843812...
2001-09-01	0.35186938985...	2.62649304578...	0.31855586496...	-1.7035940438...	0.26962448988...
2001-10-01	0.37671726348...	2.46544024010...	0.26331054001...	-1.5338886375...	0.55257506584...
2001-11-01	-0.4186358335...	1.91839391759...	-0.2173886674...	-1.7891886998...	0.09508078764...
2001-12-01	0.91274111480...	2.10814023076...	0.29966394668...	-0.7038325950...	1.95024439200...
2002-01-01	0.31060888359...	2.41083699969...	0.20746316244...	-1.5573577247...	0.47511805727...
2002-02-01	0.41434903543...	2.67052463050...	0.35688737240...	-1.7041090170...	0.16963634454...
2002-03-01	0.38192548038...	2.14955299225...	0.15870706207...	-1.2605194614...	0.88393356067...
2002-04-01	-0.4393851738...	1.58985651333...	-0.3205838874...	-1.5315580027...	0.36221064730...
2002-05-01	-0.4330072687...	1.56322187415...	-0.3173048454...	-1.5076946156...	0.35135086039...
2002-06-01	-0.0129664275...	1.83649956431...	-0.06001128136...	-1.3674348252...	0.54191732802...
2002-07-01	0.92778111054...	2.99610765162...	0.71016305438...	-1.5487857449...	0.18790851196...
2002-08-01	-0.1064139316...	1.81256571767...	-0.0768804796...	-1.4494364962...	0.28573444013...
2002-09-01	0.32854957538...	2.46241985111...	0.32924244601...	-1.6421634413...	-0.0960427678...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2002-10-01	0.51198971615...	2.34217048858...	0.35826360542...	-1.3647602853...	0.32200689325...
2002-11-01	0.06182331475...	1.91332279477...	0.05613590238...	-1.4048674905...	0.19050440577...
2002-12-01	0.52210354915...	1.72292562842...	0.15297018335...	-0.7992180450...	1.17509333253...
2003-01-01	0.57615645730...	2.28741779191...	0.39960098618...	-1.2738943342...	0.31082270238...
2003-02-01	0.45393997130...	2.46256042482...	0.43855820698...	-1.5566029857...	-0.2224282739...
2003-03-01	0.07418831702...	1.78820858037...	0.06837884481...	-1.30111912630...	0.16363567716...
2003-04-01	0.15620979210...	1.59643118131...	0.03863217547...	-1.0504085493...	0.55014759274...
2003-05-01	-0.2225213196...	1.41776994126...	-0.1414520768...	-1.2482882803...	0.16967376788...
2003-06-01	0.00061616749...	1.62223875252...	0.02813630643...	-1.2258530510...	0.17888290507...
2003-07-01	0.37060694007...	2.57748684358...	0.53305615982...	-1.75360511090...	-0.7431982946...
2003-08-01	0.10891692531...	1.71128546201...	0.13376561719...	-1.2030182448...	0.17513905665...
2003-09-01	0.22939193963...	2.26232846601...	0.40219689195...	-1.5923459038...	-0.4986727645...
2003-10-01	0.42893820848...	2.16817427566...	0.45318943522...	-1.3107262304...	-0.0169936289...
2003-11-01	0.33254122305...	1.90605187205...	0.34105245307...	-1.1535789866...	0.25751030466...
2003-12-01	-0.1077364268...	1.36951451428...	0.00919949442...	-1.0682800937...	0.41490604043...
2004-01-01	-1.87003118029...	5.53114803239...	-0.2603594728...	3.05749271746...	-0.2159140182...
2004-02-01	-1.6576953837...	6.70701429120...	0.05057473090...	4.02398405015...	0.03540680879...
2004-03-01	-3.3043371642...	5.63240959704...	-0.9187520457...	3.66793071266...	-0.7085308744...
2004-04-01	-3.5583835310...	5.52074298519...	-1.0774780915...	3.95320053708...	-0.4920243822...
2004-05-01	-2.9044519281...	4.80790421640...	-0.8106293040...	3.01672350606...	-0.2408233726...
2004-06-01	-2.6043877942...	4.72503244054...	-0.61137037647...	2.58631753597...	-0.2556912170...
2004-07-01	-2.0505330543...	5.72242880216...	0.00322614560...	2.01237450016...	-0.9924306207...
2004-08-01	-2.3897554924...	4.84950159020...	-0.4215521272...	2.51571595704...	-0.0571470555...
2004-09-01	-1.8069281004...	5.09337221676...	0.04808509982...	1.64869342175...	-0.47844911343...
2004-10-01	-2.5214413876...	4.92853866192...	-0.3177921455...	1.75253351223...	-0.71185249264...
2004-11-01	-2.6777781880...	4.85015652352...	-0.4370134129...	2.10365076062...	-0.3532858139...
2004-12-01	-2.24758411559...	3.41933962264...	-0.4464966792...	1.00819122086...	0.12939257288...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2005-01-01	-1.8323478267...	4.20086186581...	-0.0498999321...	1.10939634884...	0.06814578920...
2005-02-01	-2.5050185290...	4.81746461163...	-0.2203044609...	1.34189223115...	-0.5977956816...
2005-03-01	-2.4991059303...	4.29990833564...	-0.3809541910...	1.63756307951...	0.14322648885...
2005-04-01	-3.1658427783...	4.68209454181...	-0.6969871604...	2.49487701256...	0.21574370604...
2005-05-01	-3.0287814910...	4.12249336382...	-0.6752172583...	1.73252576038...	0.11417035014...
2005-06-01	-2.31051161900...	3.83072484278...	-0.3319941815...	1.07034786766...	0.34615959927...
2005-07-01	-1.1088136106...	4.45618405557...	0.49247967995...	0.22334665471...	0.09913609259...
2005-08-01	-1.5533732520...	3.51082647258...	-0.0006187400...	0.47372206901...	0.72663016892...
2005-09-01	-1.3789251676...	4.05996167724...	0.25217300995...	0.13598216133...	0.18519709129...
2005-10-01	-1.6678473656...	4.24298532905...	0.07122492142...	0.70657224221...	0.36941682378...
2005-11-01	-1.9103876841...	3.66759900311...	-0.1734669924...	0.39153238157...	0.32333649837...
2005-12-01	-1.1673464694...	2.45628369440...	-0.0646333489...	-0.4360797910...	1.01834158512...
2006-01-01	-1.3481598342...	3.94024542459...	0.12686710457...	0.25263763207...	0.40663344247...
2006-02-01	-1.3143796029...	4.26169113878...	0.17689205737...	0.16665214900...	0.05656407187...
2006-03-01	-1.7930475078...	3.47637445200...	-0.2997482565...	0.21045860151...	0.24343169761...
2006-04-01	-1.7104264043...	3.46789798212...	-0.3771694876...	0.67699873393...	0.66070812712...
2006-05-01	-1.6541712271...	3.36313392275...	-0.4237817216...	0.59474735315...	0.61395068510...
2006-06-01	-0.6234460329...	3.05595535211...	-0.0073391695...	-0.0025329354...	0.98333114230...
2006-07-01	-0.5059666734...	3.75678148490...	0.26682210266...	-0.7738588965...	-0.2595733221...
2006-08-01	-0.9227268701...	2.64216414197...	-0.3053323170...	-0.5873545263...	0.27800063518...
2006-09-01	-0.63250944921...	3.56506508785...	-0.0253461630...	-0.3882471281...	-0.1301523379...
2006-10-01	-0.6061763334...	3.45168626220...	-0.1489962742...	-0.0964478368...	0.09511512707...
2006-11-01	-1.0034729917...	3.02332298882...	-0.5092940677...	-0.1213146087...	-0.0697514180...
2006-12-01	-0.1603753602...	1.87985785647...	-0.4012570166...	-0.74655666791...	0.69183998961...
2007-01-01	-0.1285696829...	2.79408668409...	-0.2668803040...	-0.3838078200...	0.21375070592...
2007-02-01	-0.0594293591...	3.16758933826...	-0.2077678718...	-0.2969580204...	-0.0898389777...
2007-03-01	-0.3887215472...	2.89569894000...	-0.5759747121...	0.41231539328...	0.33603608204...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2007-04-01	-0.3946079814...	2.28833406082...	-0.7500777650...	0.11246765989...	0.33262348308...
2007-05-01	-0.3197206073...	2.16433474405...	-0.7926738988...	0.05398316230...	0.25928019297...
2007-06-01	0.19786815527...	2.34214191897...	-0.5698559828...	0.13910476113...	0.43991777780...
2007-07-01	0.74222458695...	2.96194226844...	-0.11539642210...	-0.56198084181...	-0.3942087317...
2007-08-01	0.51186798687...	2.32971742283...	-0.5305244597...	0.16959693070...	0.40322439797...
2007-09-01	0.88352020265...	2.70078595389...	-0.2514858987...	-0.2600482797...	-0.11950651856...
2007-10-01	-0.0743584562...	2.56122327824...	-0.8001471238...	-0.0592645309...	-0.7070583532...
2007-11-01	0.59399067309...	2.13866601515...	-0.6363694027...	-0.0806821987...	-0.0275206213...
2007-12-01	0.37298437698...	0.96156404492...	-0.9765126057...	-0.8583872573...	-0.1560958258...
2008-01-01	1.15136974552...	2.04858438913...	-0.3959066552...	-0.5238521774...	-0.1040230196...
2008-02-01	0.52527705437...	2.32501126437...	-0.6189094353...	-0.5888966429...	-0.9984585598...
2008-03-01	0.73589812251...	2.01614635658...	-0.6898841760...	0.08409556592...	-0.0846138193...
2008-04-01	0.44362450418...	1.76931527160...	-0.9014773959...	0.22514650439...	-0.0801710393...
2008-05-01	0.71378498259...	1.48302818379...	-0.7989253717...	-0.0753728377...	-0.0077958421...
2008-06-01	1.10259272262...	1.27896700238...	-0.5934924349...	-0.5393509378...	-0.0458002122...
2008-07-01	1.19317068043...	2.12416634763...	-0.2463216351...	-1.0322404270...	-1.1023577269...
2008-08-01	1.46546298998...	1.35112317519...	-0.3678266278...	-0.4699337704...	0.13411239994...
2008-09-01	1.94812289345...	2.17096627405...	0.08257626982...	-0.3604525370...	-0.0425379224...
2008-10-01	2.23956834365...	2.11372500529...	0.19121001277...	-0.0298827221...	0.48227033633...
2008-11-01	0.43548230567...	2.24246771362...	-0.6566053200...	0.57598272073...	-0.48801165572...
2008-12-01	1.50047185049...	0.78987079508...	-0.35931144495...	-0.5235057300...	0.35727193856...
2009-01-01	1.50483179143...	1.24431537898...	-0.2022220468...	-0.5284935188...	-0.0141435400...
2009-02-01	1.21366827343...	1.75402665048...	-0.2057126289...	-0.2561248797...	-0.3987056499...
2009-03-01	1.16990509550...	1.42374001824...	-0.3380733449...	0.21230333316...	0.20115975084...
2009-04-01	0.49320142793...	1.06013351336...	-0.6969897427...	0.10977752311...	-0.1845805550...
2009-05-01	0.92275820274...	1.12203224531...	-0.4683000945...	0.25957281375...	0.19642952802...
2009-06-01	1.08776132878...	1.08807022303...	-0.3409479547...	0.04220017333...	0.10624477886...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2009-07-01	1.48870745724...	1.59218665129...	0.09444418861...	-0.6508125249...	-0.6346706940...
2009-08-01	1.00806046206...	1.06368251583...	-0.3233381914...	-0.0144218756...	-0.0914264008...
2009-09-01	1.81655867360...	1.67357400583...	0.22955187555...	-0.0154441952...	0.02294384135...
2009-10-01	1.20799950443...	1.53590684229...	-0.0919420034...	0.13529445034...	-0.2737209048...
2009-11-01	1.50630352122...	1.45560515491...	-0.0098622999...	0.48301183126...	0.25700484504...
2009-12-01	1.55388423333...	0.61863426834...	-0.1455237140...	0.06812401506...	0.44584463239...
2010-01-01	1.58632348750...	1.19111914524...	0.05707789604...	-0.2327723180...	-0.2703833967...
2010-02-01	1.02441194988...	1.65398264385...	-0.1247508708...	-0.0013194988...	-0.9782624038...
2010-03-01	0.76000630878...	1.28129017038...	-0.4207855308...	0.47538792317...	-0.5817642873...
2010-04-01	1.13164968794...	0.58744550687...	-0.389173515188	0.02152612365...	-0.3195062489...
2010-05-01	1.53236321706...	0.97383609849...	-0.2092688065...	0.62847113169...	0.13280026300...
2010-06-01	1.61012270772...	0.79153907069...	-0.1989428548...	0.23200424223...	-0.1664933174...
2010-07-01	1.95751426575...	1.09836094109...	0.13761323598...	-0.7664558323...	-1.1703394093...
2010-08-01	2.01501829255...	0.64172989079...	-0.1044912977...	0.08146716044...	-0.1609576535...
2010-09-01	2.18049236639...	1.25578822239...	0.09388900847...	0.04559638417...	-0.6594629246...
2010-10-01	1.45483963115...	0.85785087969...	-0.3693171867...	-0.1091282505...	-1.21163672061...
2010-11-01	2.52338740187...	0.97156969010...	0.01999172611...	0.56279084404...	-0.0057598159...
2010-12-01	2.36711046584...	-0.1635571539...	-0.2941549727...	-0.2005320124...	-0.1341830091...
2011-01-01	2.34018305099...	0.53583485275...	-0.1900263030...	-0.0943760768...	-0.7170735122...
2011-02-01	2.23680392049...	1.00354734279...	-0.1981710754...	0.15439465546...	-1.0496797601...
2011-03-01	1.92348141848...	0.61921936531...	-0.5476836601...	0.58255571229...	-0.7524060679...
2011-04-01	1.97656788302...	0.16091397203...	-0.66925511765...	0.41145966571...	-0.6653369529...
2011-05-01	2.47490680313...	0.13435727120...	-0.5022564871...	0.46994575961...	-0.3377088172...
2011-06-01	2.65256257502...	0.26572952777...	-0.4359838267...	0.48579674384...	-0.4052444337...
2011-07-01	2.77765060575...	0.55568305954...	-0.2189917877...	-0.5046222158...	-1.5391284425...
2011-08-01	2.80057913718...	-0.06114225072...	-0.4860023517...	0.05617393244...	-0.6664884716...
2011-09-01	3.38003594785...	0.63232112985...	-0.0907400181...	0.14514903784...	-0.7452450870...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2011-10-01	2.86984366703...	0.52950165933...	-0.4166987808...	0.34064374679...	-0.9710992295...
2011-11-01	2.89948007821...	0.43022299062...	-0.5018445833...	0.64247061026...	-0.6759283530...
2011-12-01	2.55490949933...	-0.4707906497...	-0.8539453404...	0.11198976215...	-0.8267805435...
2012-01-01	3.27183744857...	0.51761384790...	-0.3020274314...	0.28109567647...	-0.8741882007...
2012-02-01	2.67452554573...	1.02798725500...	-0.4799707022...	0.46054985015...	-1.5378623643...
2012-03-01	2.67088883094...	0.60433408356...	-0.6476718730...	0.84629536204...	-0.87453001116...
2012-04-01	2.68173808924...	-0.11034146610...	-0.7604268745...	0.29575007448...	-0.8401983368...
2012-05-01	2.45373992719...	-0.0279558299...	-0.8641269863...	0.40870605791...	-0.9699845079...
2012-06-01	3.47509080685...	0.22583085089...	-0.3461227058...	0.53570517200...	-0.2516818000...
2012-07-01	3.39819664807...	0.88473165202...	-0.1252972558...	-0.14435711422...	-1.41144543031...
2012-08-01	3.19707343148...	-0.1963909579...	-0.4998240404...	-0.1525746476...	-0.7789839480...
2012-09-01	3.00215392331...	0.60646842390...	-0.3964262669...	-0.0620813497...	-1.43380111179...
2012-10-01	2.48240027039...	0.52405046855...	-0.6798389372...	0.13336705483...	-1.5755691373...
2012-11-01	2.22619262389...	0.15378113786...	-0.8674927495...	0.03960651423...	-1.5367715050...
2012-12-01	3.20219402031...	-0.4619380267...	-0.5424125953...	-0.0771470081...	-0.3848045637...
2013-01-01	3.13043106966...	0.33195761474...	-0.3810515689...	0.15384402604...	-0.7500642326...
2013-02-01	2.59232440986...	0.77616563763...	-0.5093509697...	0.26413453497...	-1.3268528252...
2013-03-01	2.29997164433...	0.38089314619...	-0.76501827115...	0.56955611379...	-0.9179784200...
2013-04-01	1.96048012548...	0.28535129826...	-0.9475301050...	0.75858862682...	-0.8665673318...
2013-05-01	2.16745489454...	-0.2477523848...	-0.8701326391...	0.04305850504...	-0.8963032216...
2013-06-01	3.23121209588...	0.03736481845...	-0.2980304450...	0.20057805583...	-0.0702325303...
2013-07-01	3.26558173731...	0.79758487360...	0.00014551966...	-0.2448682306...	-0.9340042099...
2013-08-01	2.70622519198...	-0.2622856768...	-0.4859910341...	-0.39051198041...	-0.6462208917...
2013-09-01	2.72864040649...	0.61618779513...	-0.2530194330...	-0.1443472093...	-0.9777667030...
2013-10-01	2.93501604266...	0.95024742442...	-0.1378533427...	0.57433253970...	-0.3401843150...
2013-11-01	2.56308043033...	0.37208855102...	-0.3782486972...	0.16181015125...	-0.5124945929...
2013-12-01	2.98016685928...	-0.4448895323...	-0.3095269508...	-0.2971698394...	0.05133313467...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2014-01-01	2.68683150511...	0.36336377210...	-0.2493828354...	-0.0933473929...	-0.5504097202...
2014-02-01	2.15279178579...	0.71552208690...	-0.3694326158...	-0.0908834365...	-1.1391085135...
2014-03-01	2.17645050776...	0.45799680601...	-0.4645087153...	0.38500371362...	-0.45211145499...
2014-04-01	1.89852489153...	-0.0691893061...	-0.6573433844...	0.01012707419...	-0.5776736332...
2014-05-01	2.30950997434...	-0.1671618801...	-0.4548925945...	-0.10642211038...	-0.2570001469...
2014-06-01	2.70572434615...	0.19039541968...	-0.1918662649...	0.15476153130...	0.05810866030...
2014-07-01	2.75256459831...	0.46224523476...	0.05309764742...	-0.8529409372...	-0.9933210608...
2014-08-01	2.73554598167...	-0.0966306906...	-0.1458806695...	-0.3452582089...	-0.1075009148...
2014-09-01	2.38612001511...	0.59727864057...	-0.11596231801...	-0.29254033511...	-0.8151559929...
2014-10-01	2.72268324781...	0.79114272033...	0.03568425871...	0.26232369135...	-0.1744795085...
2014-11-01	2.39095776266...	0.30951241306...	-0.1890308441...	-0.0085546265...	-0.3088206243...
2014-12-01	2.56757252051...	-0.4307900527...	-0.23374887281...	-0.37117041277...	0.05057149797...
2015-01-01	2.94361424489...	0.36533141887...	0.10543180700...	0.07073745892...	0.16659132657...
2015-02-01	2.27068004177...	0.43424911271...	-0.1341746172...	-0.2212434646...	-0.6635450212...
2015-03-01	2.01242347080...	0.35894356088...	-0.3418936493...	0.41887337649...	-0.2223843926...
2015-04-01	1.62638889148...	-0.1201857519...	-0.5859353446...	0.09090482233...	-0.4684174494...
2015-05-01	2.20020711561...	-0.3471251672...	-0.3297620622...	-0.1670099890...	-0.09974629113...
2015-06-01	2.67688172743...	-0.1626574982...	-0.0571759976...	-0.0844154544...	0.20011047776...
2015-07-01	2.51493573692...	0.30654721328...	0.08057360618...	-0.6680420636...	-0.8099082291...
2015-08-01	2.82849798741...	0.02178911863...	0.06639782577...	0.09667302119...	0.32496990666...
2015-09-01	2.42466064144...	0.27664020691...	0.01399631820...	-0.3172535450...	-0.5640123546...
2015-10-01	2.28688160095...	0.27866964853...	-0.07110900494...	-0.0430841973...	-0.4379370658...
2015-11-01	2.24007575137...	-0.0792562969...	-0.1554518812...	-0.1634955407...	-0.3393985107...
2015-12-01	2.42424868052...	-0.7068429250...	-0.1840150330...	-0.4255816815...	0.00370978831...
2016-01-01	2.71479348159...	-0.0434903135...	0.10040803039...	-0.1512441724...	-0.0312102558...
2016-02-01	2.19897465135...	0.43071083704...	-0.0401812461...	0.14002976847...	-0.5332878971...
2016-03-01	1.90125183301...	0.08358889430...	-0.2853238343...	0.37932737368...	-0.3139583163...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2016-04-01	1.73721373356...	-0.21185498107...	-0.41190117641...	0.29185692488...	-0.32904119369...
2016-05-01	1.99650760869...	-0.4843670064...	-0.30635391102...	-0.0237481574...	-0.2441666946...
2016-06-01	2.47507100468...	-0.3129589999...	-0.0378737055...	0.06919102463...	0.05524348289...
2016-07-01	2.59339910661...	-0.1403325428...	0.18945861396...	-0.7902630688...	-0.7921360867...
2016-08-01	2.79838457675...	-0.5282818382...	0.12719839025...	-0.2393898558...	0.12225963489...
2016-09-01	2.31547797870...	0.20717332413...	0.07209087973...	0.04494075147...	-0.5594432982...
2016-10-01	2.37250674286...	0.11132967603...	0.07113880708...	0.18642064845...	-0.3465997408...
2016-11-01	1.90232649081...	-0.14069124116...	-0.19372113528...	0.17394468480...	-0.5654586883...
2016-12-01	2.57306697756...	-0.4637225513...	0.03426982107...	0.29568669904...	0.26793658407...
2017-01-01	2.63949735297...	-0.1306910757...	0.16560438968...	0.25487235121...	0.02160948403...
2017-02-01	2.26448477654...	0.19370390887...	0.08133655492...	0.41131689255...	-0.4067215718...
2017-03-01	1.87504928939...	0.02419091295...	-0.1768624543...	0.80614618948...	-0.2516168325...
2017-04-01	1.94351048832...	-0.3445497614...	-0.1946785714...	0.60144198628...	-0.1452542122...
2017-05-01	2.56328559534...	-0.3795904417...	0.10120250136...	0.61339158645...	0.33819431666...
2017-06-01	2.68986934434...	-0.7253360160...	0.16608237783...	0.03701085787...	0.13396180685...
2017-07-01	2.89326364397...	-0.2138369970...	0.44951420754...	-0.2403848940...	-0.3672328314...
2017-08-01	2.48174740525...	-0.8010068248...	0.10863522905...	-0.0903550192...	-0.1468281665...
2017-09-01	2.59840331530...	-0.1287348725...	0.31800648931...	0.21414929339...	-0.3021913081...
2017-10-01	2.33927940017...	-0.2508686064...	0.17911669326...	0.28411394009...	-0.3777924601...
2017-11-01	2.12303847690...	-0.2920540073...	0.05923213891...	0.52343036929...	-0.3253293242...
2017-12-01	2.35105776837...	-0.7702907958...	0.08417434628...	0.36918453180...	0.03097083359...
2018-01-01	2.74124352853...	-0.2697695800...	0.40300206925...	0.48314542259...	0.03834647082...
2018-02-01	2.28227448185...	-0.1602410250...	0.25869264155...	0.35348923009...	-0.5414699660...
2018-03-01	2.21458937587...	-0.4599546888...	0.14512811550...	0.56635231204...	-0.2078656039...
2018-04-01	2.34117900476...	-0.7098233520...	0.17071496616...	0.51202100285...	-0.0056549413...
2018-05-01	2.42853720595...	-0.9625768036...	0.20898719225...	0.22019042644...	-0.0478474333...
2018-06-01	3.02629459559...	-1.0271722633...	0.51841344001...	0.03708863021...	0.26391495668...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2018-07-01	2.61483636277...	-0.6024393172...	0.51251456671...	-0.3369902186...	-0.7337149003...
2018-08-01	2.98739152576...	-0.7624505472...	0.57734449304...	0.36909456136...	0.28469632631...
2018-09-01	2.37666226902...	-0.3982104744...	0.42844062679...	0.26763661056...	-0.5733212442...
2018-10-01	2.38269815054...	-0.4081339443...	0.42651374518...	0.48757580482...	-0.3893848015...
2018-11-01	2.48541681673...	-0.5862767135...	0.44710354140...	0.54830003011...	-0.1526957080...
2018-12-01	2.79138231814...	-1.0251078641...	0.51782308318...	0.43315214387...	0.27137922722...
2019-01-01	3.07951276879...	-0.2414993449...	0.83399998264...	0.79990735234...	0.22404038975...
2019-02-01	2.58608677332...	0.04046986244...	0.69426188098...	0.88601613143...	-0.31115004798...
2019-03-01	3.08175434908...	0.14272218114...	0.87456083047...	1.67118674351...	0.68367208715...
2019-04-01	2.48700380092...	-0.2251603944...	0.56199844734...	1.44750657077...	0.26397865038...
2019-05-01	2.39851562300...	-0.8222376473...	0.49399904359...	0.69777235158...	-0.0773589713...
2019-06-01	2.58421457765...	-0.6899315789...	0.63592293281...	0.75515990248...	-0.0070173651...
2019-07-01	2.95319520926...	-0.2012428125...	1.00207843609...	0.45565222584...	-0.3821351879...
2019-08-01	2.95230901449...	-0.8016453205...	0.85706307018...	0.60449680170...	0.16494358958...
2019-09-01	2.89622051479...	-0.1092191558...	0.99724937778...	0.93183982276...	-0.11534226846...
2019-10-01	2.68688488528...	-0.4830629667...	0.86771956044...	0.67421438097...	-0.2646362650...
2019-11-01	2.31580482683...	-0.58751173676...	0.67929387682...	0.82703989702...	-0.3618712065...
2019-12-01	2.67196803389...	-1.1039043572...	0.76742738865...	0.62893072642...	0.08287690942...
2020-01-01	3.06735197305...	-0.4626413273...	1.12234258206...	0.82353918023...	0.06634151460...
2020-02-01	2.25322844747...	-0.2188702144...	0.83634331758...	0.84410815932...	-0.7471013890...
2020-03-01	2.96245819767...	-0.7603717582...	1.06116758316...	0.80161525379...	0.13015285312...
2020-04-01	2.91100296187...	-1.1801336637...	0.99553096386...	0.53359882869...	0.12685240823...
2020-05-01	2.69721457630...	-1.1933624992...	0.92280971959...	0.54921592057...	-0.0409821930...
2020-06-01	2.95828221658...	-1.0288739214...	1.10504738626...	0.64934850027...	0.10332928778...
2020-07-01	3.25499335877...	-0.5614263471...	1.44118079942...	0.30149170122...	-0.3552882162...
2020-08-01	2.96599176741...	-1.1966725285...	1.16121966964...	0.41246062441...	-0.0383051063...
2020-09-01	3.19707742581...	-0.2907401202...	1.45523417414...	1.01973599481...	0.00146326281...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2020-10-01	2.64733692798...	-0.6242164368...	1.17470399571...	0.80825894228...	-0.3968105648...
2020-11-01	2.51429503530...	-1.0871918700...	1.06612192325...	0.50284154382...	-0.4650327775...
2020-12-01	2.94577711338...	-1.3949463199...	1.20757903009...	0.59081447768...	0.14584043402...
2021-01-01	3.22122781278...	-0.8513549644...	1.54007058111...	0.35596912435...	-0.2822492445...
2021-02-01	3.60836431265...	-0.3653029044...	1.83367331191...	0.68603135684...	-0.0660768137...
2021-03-01	3.14736241501...	-0.6149725045...	1.53444957996...	1.09074566920...	0.10499573052...
2021-04-01	3.16297481609...	-0.8448850244...	1.51179670876...	1.11814513657...	0.28365515717...
2021-05-01	2.75632534559...	-1.11930756401...	1.32945614788...	0.78543160152...	-0.1581229062...
2021-06-01	3.13679173823...	-0.8943519992...	1.57639369315...	0.94372246654...	0.08704655042...
2021-07-01	3.41341723481...	-0.6325829522...	1.90889772669...	0.15748407607...	-0.6353777768...
2021-08-01	3.35132505354...	-1.2439523601...	1.71593108932...	0.46236297100...	0.01568653143...
2021-09-01	3.17054089554...	-0.5509212262...	1.81747881340...	0.67169417183...	-0.4677450512...
2021-10-01	2.95494074587...	-0.5822126146...	1.71231290804...	0.90572909948...	-0.4242907576...
2021-11-01	2.58533147202...	-0.9812956257...	1.49544276095...	0.72303573965...	-0.6093810407...
2021-12-01	3.43507243134...	-1.0604664308...	1.83924364926...	1.20111298591...	0.51138524468...
2022-01-01	2.99664134560...	-0.7040362947...	1.76354196515...	1.06765910260...	-0.2230646976...
2022-02-01	2.23000254184...	1.32633211933...	1.30031628075...	0.57505967598...	1.26744740473...
2022-03-01	0.69134695947...	0.85386729889...	0.46704790966...	0.56343447016...	0.41928370186...
2022-04-01	1.92479244501...	0.78194025776...	0.99039295547...	0.78628238385...	1.62426939087...
2022-05-01	1.78825702791...	0.63028712484...	0.91329516545...	0.59318730401...	1.45445368433...
2022-06-01	2.73090063414...	0.54627651551...	1.36033198306...	0.34791969468...	2.01794989387...
2022-07-01	2.42378341064...	0.72077090419...	1.37599880787...	-0.5104540862...	0.87146112228...
2022-08-01	2.97347598312...	0.31942019797...	1.46295205223...	-0.0248405053...	2.03129817735...
2022-09-01	1.95242411855...	0.83588103592...	1.12688589358...	-0.0491439262...	0.84469411819...
2022-10-01	2.00685911493...	0.57287471176...	1.09879497564...	-0.1613325873...	0.97721874203...
2022-11-01	1.69110020676...	0.58208182678...	0.91545790028...	0.13926401348...	1.00140077311...
2022-12-01	2.64689381046...	0.30441101991...	1.26676018130...	0.28776748513...	2.07585505493...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2023-01-01	2.48601979870...	0.32926753323...	1.16843343811...	0.51807951739...	2.14370237995...
2023-02-01	2.60208136773...	0.55826513908...	1.24129870867...	0.82353092477...	2.34342955227...
2023-03-01	0.27604976231...	-0.1217792589...	0.11616773797...	-0.15094811596...	0.16417922596...
2023-04-01	2.18297447034...	0.20520198088...	1.01880569550...	0.34442422626...	1.84323679392...
2023-05-01	2.01372125858...	0.22665161955...	0.94301752382...	0.36690846161...	1.71775119055...
2023-06-01	3.58213954311...	0.59653213676...	1.69407913799...	0.90724927452...	3.14583755177...
2023-07-01	3.46123883227...	0.00258848346...	1.58770413328...	0.12113652072...	2.77200522434...
2023-08-01	3.78443427910...	0.22564464469...	1.75506104334...	0.42581060415...	3.13477619828...
2023-09-01	2.97604888638...	0.34840103207...	1.39482365277...	0.55993869226...	2.54490637970...
2023-10-01	2.75118446101...	0.43782489153...	1.29935771289...	0.67002789713...	2.40660976773...
2023-11-01	2.20070501791...	0.12171956605...	1.01977999587...	0.23511234535...	1.81848960427...
2023-12-01	3.42577773713...	0.16955331314...	1.58575553253...	0.33976028254...	2.82149960364...

(c) 2024 - 2025 Diomar Anez & Dimar Anez

Contacto: SOLIDUM & WISE CONNEX

Todas las librerías utilizadas están bajo la debida licencia de sus autores y dueños de los derechos de autor. Algunas secciones de este reporte fueron generadas con la asistencia de Gemini AI. Este reporte está licenciado bajo la Licencia MIT. Para obtener más información, consulta <https://opensource.org/licenses/MIT/>

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Anez, D., & Anez, D. (2025a). *Balanced Scorecard - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/IW5KXQ>
- Anez, D., & Anez, D. (2025b). *Balanced Scorecard - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/XTQQNS>
- Anez, D., & Anez, D. (2025c). *Balanced Scorecard (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/5YDCG1>
- Anez, D., & Anez, D. (2025d). *Benchmarking - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/MMAVWO>
- Anez, D., & Anez, D. (2025e). *Benchmarking - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/JKDONM>
- Anez, D., & Anez, D. (2025f). *Benchmarking (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/VW7AAX>
- Anez, D., & Anez, D. (2025g). *Business Process Reengineering - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/REFO8F>
- Anez, D., & Anez, D. (2025h). *Business Process Reengineering - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/2DR8U5>
- Anez, D., & Anez, D. (2025i). *Business Process Reengineering (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/QBP0E9>
- Anez, D., & Anez, D. (2025j). *Change Management - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/4VIRFH>
- Anez, D., & Anez, D. (2025k). *Change Management - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/R2UOAQ>
- Anez, D., & Anez, D. (2025l). *Change Management (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/J5KRBS>
- Anez, D., & Anez, D. (2025m). *Collaborative Innovation & Design Thinking - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/G14TUB>
- Anez, D., & Anez, D. (2025n). *Collaborative Innovation & Design Thinking - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/3HEQAJ>
- Anez, D., & Anez, D. (2025o). *Collaborative Innovation & Design Thinking (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/IAL0RQ>
- Anez, D., & Anez, D. (2025p). *Core Competencies - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/V2VPBL>

- Anez, D., & Anez, D. (2025q). *Core Competencies - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/1UFJRM>
- Anez, D., & Anez, D. (2025r). *Core Competencies (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/Y67KP1>
- Anez, D., & Anez, D. (2025s). *Cost Management (Activity-Based) - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/34BBHH>
- Anez, D., & Anez, D. (2025t). *Cost Management (Activity-Based) - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/8GJH2G>
- Anez, D., & Anez, D. (2025u). *Cost Management (Activity-Based) (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/XQVVMS>
- Anez, D., & Anez, D. (2025v). *Customer Experience Management & CRM - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/EEJST3>
- Anez, D., & Anez, D. (2025w). *Customer Experience Management & CRM - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/HX129P>
- Anez, D., & Anez, D. (2025x). *Customer Experience Management & CRM (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/CIJPYB>
- Anez, D., & Anez, D. (2025y). *Customer Loyalty Management - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/DYCN3Q>
- Anez, D., & Anez, D. (2025z). *Customer Loyalty Management - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/GT9DWF>
- Anez, D., & Anez, D. (2025aa). *Customer Loyalty Management (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/TWPVGH>
- Anez, D., & Anez, D. (2025ab). *Customer Segmentation - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/CASMPV>
- Anez, D., & Anez, D. (2025ac). *Customer Segmentation - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/ONS2KB>
- Anez, D., & Anez, D. (2025ad). *Customer Segmentation (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/1RLQBY>
- Anez, D., & Anez, D. (2025ae). *Growth Strategies - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/1R9BNQ>
- Anez, D., & Anez, D. (2025af). *Growth Strategies - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/BXWTJH>
- Anez, D., & Anez, D. (2025ag). *Growth Strategies (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/OW8GOW>
- Anez, D., & Anez, D. (2025ah). *Knowledge Management - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/5MEPOI>

Anez, D., & Anez, D. (2025ai). *Knowledge Management - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/8ATSMJ>

Anez, D., & Anez, D. (2025aj). *Knowledge Management (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/BAPIEP>

Anez, D., & Anez, D. (2025ak). *Mergers and Acquisitions (M&A) - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/RSEWLE>

Anez, D., & Anez, D. (2025al). *Mergers and Acquisitions (M&A) - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/PFBSO9>

Anez, D., & Anez, D. (2025am). *Mergers and Acquisitions (M&A) (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/5PMQ3K>

Anez, D., & Anez, D. (2025an). *Mission and Vision Statements - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/L21LYA>

Anez, D., & Anez, D. (2025ao). *Mission and Vision Statements - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/4KSI0U>

Anez, D., & Anez, D. (2025ap). *Mission and Vision Statements (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/SFKSW0>

Anez, D., & Anez, D. (2025aq). *Outsourcing - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/1IBLKY>

Anez, D., & Anez, D. (2025ar). *Outsourcing - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/EZR9GB>

Anez, D., & Anez, D. (2025as). *Outsourcing (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/3N8DO8>

Anez, D., & Anez, D. (2025at). *Price Optimization - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/GMMETN>

Anez, D., & Anez, D. (2025au). *Price Optimization - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/GDTH8W>

Anez, D., & Anez, D. (2025av). *Price Optimization (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/URFT2I>

Anez, D., & Anez, D. (2025aw). *Scenario Planning - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/LMSKQT>

Anez, D., & Anez, D. (2025ax). *Scenario Planning - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/PXRVDS>

Anez, D., & Anez, D. (2025ay). *Scenario Planning (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/YX7VBS>

Anez, D., & Anez, D. (2025az). *Strategic Alliances & Corporate Venture Capital - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/B5ACW7>

Anez, D., & Anez, D. (2025ba). *Strategic Alliances & Corporate Venture Capital - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/Z8SNIU>

Anez, D., & Anez, D. (2025bb). *Strategic Alliances & Corporate Venture Capital (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/YHQ1NC>

Anez, D., & Anez, D. (2025bc). *Strategic Planning - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/4ETI8W>

Anez, D., & Anez, D. (2025bd). *Strategic Planning - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/ZRHDXX>

Anez, D., & Anez, D. (2025be). *Strategic Planning (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/OR4OPQ>

Anez, D., & Anez, D. (2025bf). *Supply Chain Management - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/E1CGSU>

Anez, D., & Anez, D. (2025bg). *Supply Chain Management - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/CXU9HB>

Anez, D., & Anez, D. (2025bh). *Supply Chain Management (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/WNB7AY>

Anez, D., & Anez, D. (2025bi). *Talent & Employee Engagement - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/79Q6LL>

Anez, D., & Anez, D. (2025bj). *Talent & Employee Engagement - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/RPNHQK>

Anez, D., & Anez, D. (2025bk). *Talent & Employee Engagement (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/MOCGHM>

Anez, D., & Anez, D. (2025bl). *Total Quality Management (TQM) - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/RILFTW>

Anez, D., & Anez, D. (2025bm). *Total Quality Management (TQM) - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/IJLFWU>

Anez, D., & Anez, D. (2025bn). *Total Quality Management (TQM) (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/O45U8T>

Anez, D., & Anez, D. (2025bo). *Zero-Based Budgeting (ZBB) - Crossref Bibliographic Metadata*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/IMTQWX>

Anez, D., & Anez, D. (2025bp). *Zero-Based Budgeting (ZBB) - Raw Source Data*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/8CRH2L>

Anez, D., & Anez, D. (2025bq). *Zero-Based Budgeting (ZBB) (Normalized)*. (Version V1.0) [Dataset]. Harvard Dataverse. <https://doi.org/doi:10.7910/DVN/BFAMLY>



Solidum Producciones

INFORMES DE LA SERIE SOBRE HERRAMIENTAS GERENCIALES

Basados en la base de datos de GOOGLE TRENDS

1. Informe Técnico 01-GT. (001/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Reingeniería de Procesos**
2. Informe Técnico 02-GT. (002/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión de la Cadena de Suministro**
3. Informe Técnico 03-GT. (003/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Planificación de Escenarios**
4. Informe Técnico 04-GT. (004/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Planificación Estratégica**
5. Informe Técnico 05-GT. (005/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Experiencia del Cliente**
6. Informe Técnico 06-GT. (006/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Calidad Total**
7. Informe Técnico 07-GT. (007/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Propósito y Visión**
8. Informe Técnico 08-GT. (008/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Benchmarking**
9. Informe Técnico 09-GT. (009/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Competencias Centrales**
10. Informe Técnico 10-GT. (010/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Cuadro de Mando Integral**
11. Informe Técnico 11-GT. (011/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Alianzas y Capital de Riesgo**
12. Informe Técnico 12-GT. (012/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Outsourcing**
13. Informe Técnico 13-GT. (013/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Segmentación de Clientes**
14. Informe Técnico 14-GT. (014/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Fusiones y Adquisiciones**
15. Informe Técnico 15-GT. (015/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión de Costos**
16. Informe Técnico 16-GT. (016/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Presupuesto Base Cero**
17. Informe Técnico 17-GT. (017/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Estrategias de Crecimiento**
18. Informe Técnico 18-GT. (018/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión del Conocimiento**
19. Informe Técnico 19-GT. (019/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión del Cambio**
20. Informe Técnico 20-GT. (020/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Optimización de Precios**
21. Informe Técnico 21-GT. (021/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Lealtad del Cliente**
22. Informe Técnico 22-GT. (022/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Innovación Colaborativa**
23. Informe Técnico 23-GT. (023/138) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Talento y Compromiso**

Basados en la base de datos de GOOGLE BOOKS NGRAM

24. Informe Técnico 01-GB. (024/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Reingeniería de Procesos**
25. Informe Técnico 02-GB. (025/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Gestión de la Cadena de Suministro**
26. Informe Técnico 03-GB. (026/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Planificación de Escenarios**
27. Informe Técnico 04-GB. (027/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Planificación Estratégica**
28. Informe Técnico 05-GB. (028/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Experiencia del Cliente**
29. Informe Técnico 06-GB. (029/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Calidad Total**
30. Informe Técnico 07-GB. (030/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Propósito y Visión**
31. Informe Técnico 08-GB. (031/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Benchmarking**
32. Informe Técnico 09-GB. (032/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Competencias Centrales**
33. Informe Técnico 10-GB. (033/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Cuadro de Mando Integral**
34. Informe Técnico 11-GB. (034/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Alianzas y Capital de Riesgo**
35. Informe Técnico 12-GB. (035/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Outsourcing**
36. Informe Técnico 13-GB. (036/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Segmentación de Clientes**
37. Informe Técnico 14-GB. (037/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Fusiones y Adquisiciones**
38. Informe Técnico 15-GB. (038/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Gestión de Costos**
39. Informe Técnico 16-GB. (039/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Presupuesto Base Cero**
40. Informe Técnico 17-GB. (040/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Estrategias de Crecimiento**
41. Informe Técnico 18-GB. (041/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Gestión del Conocimiento**

42. Informe Técnico 19-GB. (042/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Gestión del Cambio**
43. Informe Técnico 20-GB. (043/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Optimización de Precios**
44. Informe Técnico 21-GB. (044/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Lealtad del Cliente**
45. Informe Técnico 22-GB. (045/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Innovación Colaborativa**
46. Informe Técnico 23-GB. (046/138) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Talento y Compromiso**

Basados en la base de datos de CROSSREF.ORG

47. Informe Técnico 01-CR. (047/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Reingeniería de Procesos**
48. Informe Técnico 02-CR. (048/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Gestión de la Cadena de Suministro**
49. Informe Técnico 03-CR. (049/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Planificación de Escenarios**
50. Informe Técnico 04-CR. (050/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Planificación Estratégica**
51. Informe Técnico 05-CR. (051/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Experiencia del Cliente**
52. Informe Técnico 06-CR. (052/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Calidad Total**
53. Informe Técnico 07-CR. (053/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Propósito y Visión**
54. Informe Técnico 08-CR. (054/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Benchmarking**
55. Informe Técnico 09-CR. (055/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Competencias Centrales**
56. Informe Técnico 10-CR. (056/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Cuadro de Mando Integral**
57. Informe Técnico 11-CR. (057/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Alianzas y Capital de Riesgo**
58. Informe Técnico 12-CR. (058/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Outsourcing**
59. Informe Técnico 13-CR. (059/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Segmentación de Clientes**
60. Informe Técnico 14-CR. (060/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Fusiones y Adquisiciones**
61. Informe Técnico 15-CR. (061/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Gestión de Costos**
62. Informe Técnico 16-CR. (062/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Presupuesto Base Cero**
63. Informe Técnico 17-CR. (063/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Estrategias de Crecimiento**
64. Informe Técnico 18-CR. (064/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Gestión del Conocimiento**
65. Informe Técnico 19-CR. (065/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Gestión del Cambio**
66. Informe Técnico 20-CR. (066/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Optimización de Precios**
67. Informe Técnico 21-CR. (067/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Lealtad del Cliente**
68. Informe Técnico 22-CR. (068/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Innovación Colaborativa**
69. Informe Técnico 23-CR. (069/138) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Talento y Compromiso**

Basados en la base de datos de ENCUESTA SOBRE USABILIDAD DE BAIN & CO.

70. Informe Técnico 01-BU. (070/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Reingeniería de Procesos**
71. Informe Técnico 02-BU. (071/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Gestión de la Cadena de Suministro**
72. Informe Técnico 03-BU. (072/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Planificación de Escenarios**
73. Informe Técnico 04-BU. (073/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Planificación Estratégica**
74. Informe Técnico 05-BU. (074/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Experiencia del Cliente**
75. Informe Técnico 06-BU. (075/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Calidad Total**
76. Informe Técnico 07-BU. (076/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Propósito y Visión**
77. Informe Técnico 08-BU. (077/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Benchmarking**
78. Informe Técnico 09-BU. (078/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Competencias Centrales**
79. Informe Técnico 10-BU. (079/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Cuadro de Mando Integral**
80. Informe Técnico 11-BU. (080/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Alianzas y Capital de Riesgo**
81. Informe Técnico 12-BU. (081/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Outsourcing**
82. Informe Técnico 13-BU. (082/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Segmentación de Clientes**
83. Informe Técnico 14-BU. (083/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Fusiones y Adquisiciones**
84. Informe Técnico 15-BU. (084/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Gestión de Costos**
85. Informe Técnico 16-BU. (085/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Presupuesto Base Cero**
86. Informe Técnico 17-BU. (086/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Estrategias de Crecimiento**
87. Informe Técnico 18-BU. (087/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Gestión del Conocimiento**
88. Informe Técnico 19-BU. (088/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Gestión del Cambio**
89. Informe Técnico 20-BU. (089/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Optimización de Precios**
90. Informe Técnico 21-BU. (090/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Lealtad del Cliente**

91. Informe Técnico 22-BU. (091/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Innovación Colaborativa**
92. Informe Técnico 23-BU. (092/138) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Talento y Compromiso**

Basados en la base de datos de ENCUESTA SOBRE SATISFACCIÓN DE BAIN & CO.

93. Informe Técnico 01-BS. (093/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Reingeniería de Procesos**
94. Informe Técnico 02-BS. (094/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Gestión de la Cadena de Suministro**
95. Informe Técnico 03-BS. (095/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Planificación de Escenarios**
96. Informe Técnico 04-BS. (096/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Planificación Estratégica**
97. Informe Técnico 05-BS. (097/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Experiencia del Cliente**
98. Informe Técnico 06-BS. (098/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Calidad Total**
99. Informe Técnico 07-BS. (099/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Propósito y Visión**
100. Informe Técnico 08-BS. (100/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Benchmarking**
101. Informe Técnico 09-BS. (101/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Competencias Centrales**
102. Informe Técnico 10-BS. (102/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Cuadro de Mando Integral**
103. Informe Técnico 11-BS. (103/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Alianzas y Capital de Riesgo**
104. Informe Técnico 12-BS. (104/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Outsourcing**
105. Informe Técnico 13-BS. (105/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Segmentación de Clientes**
106. Informe Técnico 14-BS. (106/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Fusiones y Adquisiciones**
107. Informe Técnico 15-BS. (107/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Gestión de Costos**
108. Informe Técnico 16-BS. (108/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Presupuesto Base Cero**
109. Informe Técnico 17-BS. (109/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Estrategias de Crecimiento**
110. Informe Técnico 18-BS. (110/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Gestión del Conocimiento**
111. Informe Técnico 19-BS. (111/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Gestión del Cambio**
112. Informe Técnico 20-BS. (112/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Optimización de Precios**
113. Informe Técnico 21-BS. (113/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Lealtad del Cliente**
114. Informe Técnico 22-BS. (114/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Innovación Colaborativa**
115. Informe Técnico 23-BS. (115/138) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Talento y Compromiso**

Basados en la CONVERGENCIA DE TENDENCIAS Y CORRELACIONES DE MÉTRICAS DEL ECOSISTEMA DE DATOS (Cinco fuentes)

116. Informe Técnico 01-IC. (116/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Reingeniería de Procesos**
117. Informe Técnico 02-IC. (117/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Gestión de la Cadena de Suministro**
118. Informe Técnico 03-IC. (118/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Planificación de Escenarios**
119. Informe Técnico 04-IC. (119/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Planificación Estratégica**
120. Informe Técnico 05-IC. (120/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Experiencia del Cliente**
121. Informe Técnico 06-IC. (121/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Calidad Total**
122. Informe Técnico 07-IC. (122/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Propósito y Visión**
123. Informe Técnico 08-IC. (123/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Benchmarking**
124. Informe Técnico 09-IC. (124/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Competencias Centrales**
125. Informe Técnico 10-IC. (125/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Cuadro de Mando Integral**
126. Informe Técnico 11-IC. (126/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Alianzas y Capital de Riesgo**
127. Informe Técnico 12-IC. (127/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Outsourcing**
128. Informe Técnico 13-IC. (128/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Segmentación de Clientes**
129. Informe Técnico 14-IC. (129/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Fusiones y Adquisiciones**
130. Informe Técnico 15-IC. (130/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Gestión de Costos**
131. Informe Técnico 16-IC. (131/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Presupuesto Base Cero**
132. Informe Técnico 17-IC. (132/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Estrategias de Crecimiento**
133. Informe Técnico 18-IC. (133/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Gestión del Conocimiento**
134. Informe Técnico 19-IC. (134/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Gestión del Cambio**
135. Informe Técnico 20-IC. (135/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Optimización de Precios**
136. Informe Técnico 21-IC. (136/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Lealtad del Cliente**
137. Informe Técnico 22-IC. (137/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Innovación Colaborativa**
138. Informe Técnico 23-IC. (138/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Talento y Compromiso**

*Spiritu Sancto, Paraclite Divine,
Sedis veritatis, sapientiae, et intellectus,
Fons boni consilii, scientiae, et pietatis.
Tibi agimus gratias.*

INFORMES DE LA SERIE SOBRE HERRAMIENTAS GERENCIALES

Basados en la CONVERGENCIA DE TENDENCIAS Y CORRELACIONES DE MÉTRICAS

1. Informe Técnico 01-IC. (116/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Reingeniería de Procesos**
2. Informe Técnico 02-IC. (117/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Gestión de la Cadena de Suministro**
3. Informe Técnico 03-IC. (118/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Planificación de Escenarios**
4. Informe Técnico 04-IC. (119/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Planificación Estratégica**
5. Informe Técnico 05-IC. (120/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Experiencia del Cliente**
6. Informe Técnico 06-IC. (121/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Calidad Total**
7. Informe Técnico 07-IC. (122/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Propósito y Visión**
8. Informe Técnico 08-IC. (123/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Benchmarking**
9. Informe Técnico 09-IC. (124/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Competencias Centrales**
10. Informe Técnico 10-IC. (125/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Cuadro de Mando Integral**
11. Informe Técnico 11-IC. (126/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Alianzas y Capital de Riesgo**
12. Informe Técnico 12-IC. (127/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Outsourcing**
13. Informe Técnico 13-IC. (128/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Segmentación de Clientes**
14. Informe Técnico 14-IC. (129/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Fusiones y Adquisiciones**
15. Informe Técnico 15-IC. (130/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Gestión de Costos**
16. Informe Técnico 16-IC. (131/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Presupuesto Base Cero**
17. Informe Técnico 17-IC. (132/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Estrategias de Crecimiento**
18. Informe Técnico 18-IC. (133/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Gestión del Conocimiento**
19. Informe Técnico 19-IC. (134/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Gestión del Cambio**
20. Informe Técnico 20-IC. (135/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Optimización de Precios**
21. Informe Técnico 21-IC. (136/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Lealtad del Cliente**
22. Informe Técnico 22-IC. (137/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Innovación Colaborativa**
23. Informe Técnico 23-IC. (138/138) Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Talento y Compromiso**

