



Análisis de tendencias de búsqueda en
Google Trends para
PROpósito Y VISIÓN

Estudio de la evolución de la frecuencia
relativa de búsquedas para identificar
tendencias emergentes, picos de
popularidad y cambios en el interés
público

007

**Informe Técnico
07-GT**

**Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google
Trends para
Propósito y Visión**

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
07-GT**

**Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google
Trends para
Propósito y Visión**

Estudio de la evolución de la frecuencia relativa de búsquedas para identificar tendencias emergentes, picos de popularidad y cambios en el interés público



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

Título del Informe:

Informe Técnico 07-GT: Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para Propósito y Visión.

- *Informe 007 de 115 de la Serie sobre Herramientas Gerenciales.*

Autores:

Diomar G. Añez B. y Dimar J. Añez B.

Primera edición:

Marzo de 2025

© 2025, Ediciones Solidum Producciones

© 2025, Diomar 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) *Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para Propósito y Visión*. Informe Técnico 07-GT (007/115). Serie de Informes Técnicos sobre Herramientas Gerenciales. Ediciones Solidum Producciones. Recuperado de https://github.com/Wise-Connex/Management-Tools-Analysis/blob/main/Informes/Informe_07-GT.pdf

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.

Sin 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
Tendencias Temporales	42
Análisis Arima	69
Análisis Estacional	81
Análisis De Fourier	95
Conclusiones	106
Gráficos	114
Datos	151

MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO

Contexto de la investigación

La serie “*Informes sobre Herramientas Gerenciales*” está estructurado por 115 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) que 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 115 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 fundamental para 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 especializado en 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.

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.

- *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.
- *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*): Más potente que FPDF, soporta diseños y gráficos complejos en 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, útil para procesamiento de lenguaje natural de resultados estadísticos y generación automática 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 que ayuda a mantener la calidad del código.
- *Bibliotecas de Utilidad*
 - *Tqdm* (*tqdm==4.67.1*): Biblioteca de barras de progreso, útil para 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
- *Repositorio y replicabilidad*: El código fuente completo del proyecto, que incluye los scripts utilizados para el análisis, las instrucciones detalladas de instalación y configuración, así como los procedimientos empleados, se encuentra disponible de manera pública en el siguiente repositorio de GitHub: <https://github.com/Wise-Connex/Management-Tools-Analysis/>. Esta decisión responde al compromiso de garantizar transparencia, rigor metodológico y accesibilidad, permitiendo así la replicación de los análisis, la verificación independiente de los resultados y la posibilidad de que otros investigadores puedan utilizar, extender o adaptar los datos, métodos, estimaciones y procedimientos desarrollados en este estudio.
 - *Datos*: La totalidad de los datos procesados, junto con las fuentes originales empleadas, se encuentran disponibles en formato CSV dentro del subdirectorio */data* del repositorio mencionado. Este subdirectorio incluye tanto los conjuntos de datos finales utilizados en los análisis como la documentación asociada que detalla su origen, estructura y cualquier transformación aplicada, facilitando así su reutilización y evaluación crítica por parte de la comunidad científica.
- *Justificación de la elección tecnológica*: La elección de este conjunto de códigos y bibliotecas se basa en los siguientes criterios:
 - *Código abierto y comunidad activa*: Python y las bibliotecas mencionadas 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.
- *Notas Adicionales*: Se utilizó un entorno virtual de Python (venv) para gestionar las dependencias del proyecto y asegurar la consistencia entre diferentes entornos de ejecución.

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 115 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: 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 115 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 revisión de 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 07-GT

<i>Fuente de datos:</i>	GOOGLE TRENDS ("RADAR DE TENDENCIAS")
<i>Desarrollador o promotor:</i>	Google LLC
<i>Contexto histórico:</i>	Lanzado en 2006, Google Trends se ha convertido en una herramienta estándar para el análisis de tendencias en línea, aprovechando la vasta cantidad de datos generados por el motor de búsqueda de Google.
<i>Naturaleza epistemológica:</i>	Datos agregados y anonimizados, derivados de consultas realizadas en el motor de búsqueda de Google. Se presentan normalizados en una escala ordinal de 0 a 100, representando el interés relativo de búsqueda a lo largo del tiempo, no volúmenes absolutos de consultas. La unidad básica de análisis es la consulta de búsqueda, inferida a partir de descriptores lógicos (palabras clave).
<i>Ventana temporal de análisis:</i>	Desde 2004 a 2025 es el período más amplio disponible; es decir, desde el inicio de la recolección de datos disponible por parte de Google Trends, y que puede variar según el término de búsqueda y la región geográfica.
<i>Usuarios típicos:</i>	Periodistas, investigadores de mercado, analistas de tendencias, académicos, profesionales de marketing, consultores, público en general interesado en explorar tendencias.

<i>Relevancia e impacto:</i>	Instrumento de detección temprana de tendencias emergentes y fluctuaciones en la atención pública digital. Su principal impacto reside en su capacidad para proporcionar una visión quasi-sincrónica de los intereses de búsqueda de los usuarios de Google a nivel global. Su confiabilidad, como indicador de atención, es alta, dada la dominancia de Google como motor de búsqueda. Sin embargo, no es una medida directa de adopción, intención de compra o efectividad de una herramienta o concepto.
<i>Metodología específica:</i>	Empleo de descriptores lógicos (combinaciones booleanas de palabras clave) para delimitar el conjunto de consultas relevantes para cada herramienta gerencial. Análisis longitudinal de series temporales del índice de interés relativo, identificando picos, valles, tendencias (lineales o no lineales) y patrones estacionales mediante técnicas de descomposición de series temporales.
<i>Interpretación inferencial:</i>	Los datos de Google Trends deben interpretarse como un indicador de la atención y la curiosidad pública en el entorno digital, no como una medida directa de la adopción, implementación o efectividad de las herramientas gerenciales en el contexto organizacional.
<i>Limitaciones metodológicas:</i>	Ambigüedad intencional de las consultas: un aumento en las búsquedas no implica necesariamente una adopción efectiva; puede reflejar curiosidad superficial, búsqueda de información preliminar, o incluso una reacción crítica. Susceptibilidad a sesgos exógenos: eventos mediáticos, campañas publicitarias, publicaciones académicas, etc., pueden generar picos espurios. Evolución diacrónica de la terminología: la variación en los términos utilizados para referirse a una herramienta puede afectar la consistencia de los datos. Sesgo de representatividad: la población de usuarios de Google no es necesariamente representativa de la totalidad de los actores organizacionales. Datos relativos, que no permiten la comparación entre regiones.

	<p>Potencial para detectar "Modas":</p> <p>Alto potencial para la detección de fenómenos de corta duración ("modas"). La naturaleza de los datos, que reflejan el interés de búsqueda en tiempo quasi-real, permite identificar incrementos abruptos y transitorios en la atención pública. Sin embargo, la ambigüedad inherente a la intención de búsqueda (curiosidad, información básica, crítica, etc.) limita su capacidad para discernir entre una "moda" efímera y una adopción genuina y sostenida. La detección de patrones cíclicos o estacionales puede complementar el análisis.</p>
--	---

GRUPO DE HERRAMIENTAS ANALIZADAS: INFORME TÉCNICO 07-GT

<i>Herramienta Gerencial:</i>	PROPÓSITO Y VISIÓN (O MISIÓN Y VISIÓN)
<i>Alcance conceptual:</i>	<p>Este grupo se refiere a dos conceptos fundamentales en la planificación estratégica y la gestión organizacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propósito (o Misión): Es una declaración que define la razón de ser fundamental de una organización. Responde a la pregunta: "¿Por qué existimos?". Va más allá de la simple descripción de lo que hace la empresa; expresa su contribución a la sociedad, su impacto en el mundo, o el valor que crea para sus stakeholders (clientes, empleados, accionistas, comunidad, etc.). Un propósito bien definido es inspirador, duradero y diferenciador. • Visión: Es una declaración que describe la aspiración futura de la organización. Responde a la pregunta: "¿Qué queremos llegar a ser?". Es una imagen vívida y ambiciosa del futuro deseado, que sirve como guía para la toma de decisiones y la definición de estrategias. Una visión efectiva es clara, concisa, inspiradora y desafiante. <p>El propósito y la visión, juntos, proporcionan una dirección clara y un sentido de propósito a la organización. Sirven como un "faro" que guía la toma de decisiones, la asignación de recursos y la acción de todos los miembros de la organización. No son herramientas en el sentido de técnicas o metodologías específicas, sino declaraciones fundamentales que dan forma a la estrategia y la cultura organizacional.</p>
<i>Objetivos y propósitos:</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Simplificación: Reducir la complejidad de los procesos.

<i>Circunstancias de Origen:</i>	<p>La importancia de tener un propósito y una visión claros para una organización se ha reconocido desde hace mucho tiempo en la literatura de gestión y estrategia. Sin embargo, el énfasis en la articulación formal de estas declaraciones, y su uso como herramientas de gestión, se ha intensificado en las últimas décadas, a medida que las organizaciones se enfrentan a entornos más complejos, dinámicos y competitivos.</p>
<i>Contexto y evolución histórica:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Siglo XX: Los conceptos de propósito y visión se desarrollan gradualmente a lo largo del siglo XX, a medida que evoluciona el pensamiento estratégico y la gestión empresarial. Si bien la importancia de tener una dirección clara ha sido reconocida desde los inicios de la administración, la formalización de los conceptos de propósito y visión (y su diferenciación de la misión) se desarrolló gradualmente a lo largo del siglo XX. • Décadas de 1980 y 1990: Aumenta el énfasis en la importancia de la cultura organizacional, los valores y la visión compartida, impulsado por autores como Tom Peters y Robert H. Waterman Jr. ("In Search of Excellence") y James Collins y Jerry Porras ("Built to Last"). • Década de 2000 en adelante: Se consolida la práctica de definir y comunicar formalmente el propósito y la visión como un componente clave de la gestión estratégica.
<i>Figuras claves (Impulsores y promotores):</i>	<p>No hay "inventores" específicos del propósito y la visión, ya que son conceptos fundamentales que han evolucionado a lo largo del tiempo. Sin embargo, algunos autores y consultores han contribuido significativamente a su desarrollo y difusión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peter Drucker: Destacó la importancia de definir el propósito de una organización ("¿Cuál es nuestro negocio?") y de establecer objetivos claros. • Philip Kotler: Enfatizó la importancia de la orientación al cliente y la creación de valor para el cliente, lo que está implícito en la definición del propósito.

	<ul style="list-style-type: none"> • Tom Peters y Robert Waterman: En su libro "In Search of Excellence", destacaron la importancia de una visión compartida y valores sólidos en las empresas de alto rendimiento. • James Collins y Jerry Porras: En su libro "Built to Last", identificaron que las empresas visionarias (aquellas que han tenido éxito a largo plazo) tienen un propósito central y valores fundamentales claros. • Simon Sinek: Popularizó el concepto de "Start with Why" (Empieza con el Porqué), enfatizando la importancia de comunicar el propósito de una organización para inspirar a los empleados y atraer a los clientes.
<i>Principales herramientas gerenciales integradas:</i>	<p>Como se mencionó, el propósito y la visión no son herramientas en sí mismas, sino declaraciones. Sin embargo, el proceso de definir y comunicar el propósito y la visión puede implicar el uso de diversas técnicas y herramientas:</p> <p>a. Purpose, Mission, and Vision Statements (Declaraciones de Propósito, Misión y Visión):</p> <p>Definición: Son las formas de declarar y expresar el propósito y visión de una organización.</p> <p>Objetivos: Los mismos que se mencionaron en el grupo en general.</p> <p>Origen y promotores: Se encuentran dentro de las ciencias de la gestión.</p>
<i>Nota complementaria:</i>	<p>Es importante destacar que la definición del propósito y la visión no es un ejercicio puramente técnico, sino un proceso estratégico y creativo que requiere reflexión, diálogo y consenso dentro de la organización.</p>

PARAMETRIZACIÓN PARA EL ANÁLISIS Y EXTRACCIÓN DE DATOS

<i>Herramienta Gerencial:</i>	PROPÓSITO Y VISIÓN
<i>Términos de Búsqueda (y Estrategia de Búsqueda):</i>	"mission statement" + "vision statement" + "mission and vision corporate"
<i>Criterios de selección y configuración de la búsqueda:</i>	<p>Cobertura Geográfica: Global (Incluye datos de todos los países y regiones donde Google Trends está disponible).</p> <p>Categorización: Categoría raíz. "Todas las categorías".</p> <p>Tipo de Búsqueda: Búsqueda web estándar de Google.</p> <p>Idioma: Descriptores con palabras en Inglés</p>
<i>Métrica e Índice (Definición y Cálculo)</i>	<p>Los datos se normalizan en un índice relativo que varía de 0 a 100, donde 100 representa el punto de máximo interés relativo en el término de búsqueda durante el período y la región especificados.</p> <p>El índice se calcula mediante la fórmula:</p> $\text{Índice Relativo} = (\text{Volumen de búsqueda del término} / \text{Volumen total de búsquedas}) \times 100$ <p>Donde:</p> <p>Volumen de búsqueda del término: se refiere al número de búsquedas del término o conjunto de términos específicos en un período y región dados</p>

	<p>Volumen total de búsquedas: se refiere al número total de búsquedas en Google en ese mismo período y región.</p> <p>Esta normalización mitiga sesgos debidos a diferencias en la población de usuarios de Internet y en la popularidad general de las búsquedas en Google entre diferentes regiones y a lo largo del tiempo. Por lo tanto, el índice relativo refleja la popularidad relativa del término de búsqueda, no su volumen absoluto.</p>
<i>Período de cobertura de los Datos:</i>	Marco Temporal: 01/2004-01/2025 (Seleccionado para cubrir el período de mayor disponibilidad de datos de Google Trends y para abarcar la evolución de la Web 2.0 y la economía digital).
<i>Metodología de Recopilación y Procesamiento de Datos:</i>	<ul style="list-style-type: none"> - La métrica proporcionada por Google Trends es comparativa, no absoluta. - Se basa en un muestreo aleatorio de las búsquedas realizadas en Google, lo que introduce una variabilidad estadística inherente. - Esta variabilidad significa que pequeñas fluctuaciones en el índice relativo pueden no ser significativas y que los resultados pueden variar ligeramente si se repite la misma búsqueda. - La interpretación debe centrarse en tendencias generales y cambios significativos en el interés relativo, en lugar de en valores puntuales o diferencias mínimas.
<i>Limitaciones:</i>	<p>Los datos de Google Trends presentan varias limitaciones importantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe una correlación directa demostrada entre el interés en las búsquedas y la implementación efectiva de las herramientas gerenciales en las organizaciones. - La evolución terminológica y la aparición de nuevos términos relacionados pueden afectar la coherencia longitudinal del análisis. - Los datos reflejan solo las búsquedas realizadas en Google, y no en otros motores de búsqueda, lo que puede introducir un sesgo de selección.

	<ul style="list-style-type: none"> - Los términos de búsqueda pueden ser ambiguos o tener múltiples significados, lo que dificulta la interpretación precisa del interés. - El interés en las búsquedas puede verse afectado por eventos externos (noticias, publicaciones, modas) que no están relacionados con la adopción o efectividad de la herramienta gerencial. - Google Trends mide el interés, pero no permite conocer el nivel de involucramiento con el tema que motiva la búsqueda. - Los datos pueden no ser extrapolables a todos los contextos. Por ejemplo, la alta gerencia no suele ser quien directamente realiza las búsquedas.
<i>Perfil inferido de Usuarios (o Audiencia Objetivo):</i>	<p>Refleja el interés público, la popularidad de búsqueda y las tendencias emergentes en tiempo real en un perfil de usuarios heterogéneos, que incluye investigadores, periodistas, profesionales del marketing, empresarios y usuarios generales de Internet.</p> <p>Es importante tener en cuenta que este perfil de usuarios refleja a quienes realizan búsquedas en Google sobre estos temas, y no necesariamente a la población general ni a los usuarios específicos de cada herramienta gerencial.</p>

Origen o plataforma de los datos (enlace):

— <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=%22mission%20statement%22+%2B%22vision%20statement%22+%2B%22mission%20and%20vision%20corporate%22&hl=es>

Resumen Ejecutivo

RESUMEN

El análisis de Google Trends revela un interés histórico decreciente en Propósito y Visión, con una estabilidad reciente, influenciado por el contexto, la estacionalidad y ciclos plurianuales.

1. Puntos Principales

1. Un interés inicial elevado alcanzó su punto máximo en 2004, seguido de un declive prolongado.
2. Los años recientes muestran una estabilización en niveles de interés significativamente más bajos.
3. Indicadores estadísticos confirman una fuerte tendencia negativa a largo plazo.
4. Factores contextuales influyeron fuertemente en la trayectoria de búsqueda de la herramienta.
5. El modelo ARIMA predice una estabilidad continuada a bajo nivel en el futuro cercano.
6. Existe una estacionalidad anual clara y estable (picos en Sep/Oct/Feb, valles en Dic/Jul).
7. Se identificaron ciclos plurianuales significativos (aprox. 10 y 4 años).
8. El patrón histórico se clasifica como "Fase Estratégica de Erosión", no como una moda pasajera.
9. La herramienta persiste a pesar de la disminución de la atención en línea, a diferencia de las modas típicas.
10. La dinámica del interés de búsqueda en línea difiere de la relevancia potencial de su aplicación práctica.

2. Puntos Clave

1. Google Trends refleja un *interés de búsqueda público* decreciente, no necesariamente irrelevancia práctica u obsolescencia.
2. Propósito y Visión exhibe dinámicas complejas que involucran tendencia, fuerte estacionalidad y ciclos a largo plazo.
3. La trayectoria de la herramienta se describe mejor como un patrón evolutivo, no como una moda de corta duración.
4. Factores contextuales como la madurez del concepto y los cambios semánticos probablemente impulsan el declive de la tendencia de búsqueda.
5. La estacionalidad anual predecible proporciona información práctica para la planificación temporal de actividades estratégicas relacionadas.

Tendencias Temporales

Evolución y análisis temporal en Google Trends: Patrones y puntos de inflexión

I. Contexto del análisis temporal

Este análisis examina la evolución del interés público en la herramienta de gestión Propósito y Visión, utilizando datos de Google Trends desde enero de 2004 hasta febrero de 2025. Se emplean diversas métricas estadísticas para describir y cuantificar la trayectoria temporal, incluyendo la media, la desviación estándar, los valores máximos y mínimos, los percentiles y los indicadores de tendencia como la Tendencia Normalizada de Desviación Anual (NADT) y la Tendencia Suavizada por Media Móvil (MAST). La relevancia de estos estadísticos radica en su capacidad para objetivar patrones de interés, identificar puntos de cambio significativos y evaluar la volatilidad a lo largo del tiempo. El análisis se realiza sobre la serie temporal completa y sobre segmentos de 20, 15, 10 y 5 años, permitiendo una perspectiva longitudinal que diferencia las dinámicas a corto, mediano y largo plazo, fundamental para comprender la naturaleza evolutiva del interés en esta herramienta gerencial fundamental.

A. Naturaleza de la fuente de datos: Google Trends

Google Trends proporciona datos sobre la frecuencia relativa de búsqueda de términos específicos en el motor de búsqueda de Google, normalizados en una escala de 0 a 100. Esta métrica refleja el nivel de *interés* o *curiosidad* del público general en internet respecto a Propósito y Visión, funcionando como un indicador adelantado de la atención mediática o el "hype" inicial. La metodología se basa en una muestra de las búsquedas de Google, lo que implica que los datos son relativos y no representan volúmenes absolutos. Una limitación inherente es la incapacidad de distinguir la intención detrás de la búsqueda (académica, empresarial, personal, etc.) y su alta sensibilidad a eventos mediáticos externos o cambios algorítmicos que pueden generar picos o valles no

directamente relacionados con la adopción gerencial profunda. Sin embargo, su fortaleza reside en la capacidad para detectar tendencias emergentes y cambios rápidos en la atención pública, ofreciendo una perspectiva casi en tiempo real sobre la popularidad de un concepto. Para una interpretación adecuada, es crucial considerar que un aumento en Google Trends sugiere una mayor notoriedad o búsqueda activa de información, pero no necesariamente una adopción o implementación efectiva en las organizaciones. La persistencia del interés a lo largo del tiempo es un indicador más fiable de relevancia sostenida que los picos aislados.

B. Posibles implicaciones del análisis de los datos

El análisis temporal de Propósito y Visión en Google Trends puede ofrecer implicaciones significativas para la investigación doctoral. Podría revelar si el patrón de interés público se alinea con las características operacionales de una "moda gerencial", caracterizada por un auge rápido, un pico pronunciado y un declive posterior dentro de un ciclo de vida relativamente corto. Alternativamente, el análisis podría descubrir patrones más complejos, como ciclos con resurgimiento, fases de estabilización prolongada o transformaciones en la forma en que se busca o se entiende el concepto, sugiriendo una dinámica evolutiva más que efímera. La identificación de puntos de inflexión clave y su posible correlación temporal con factores externos (crisis económicas, publicaciones influyentes, cambios sociales) podría aportar información valiosa sobre los motores de la atención pública hacia herramientas estratégicas fundamentales. Estos hallazgos pueden informar la toma de decisiones gerenciales sobre cuándo y cómo enfatizar o reevaluar el propósito y la visión, y podrían sugerir nuevas líneas de investigación sobre la interacción entre el discurso público, la práctica gerencial y la evolución de conceptos estratégicos clave.

II. Datos en bruto y estadísticas descriptivas

Los datos en bruto de la serie temporal para Propósito y Visión en Google Trends abarcan el período desde enero de 2004 hasta febrero de 2025. A continuación, se presenta una muestra representativa de estos datos.

A. Serie temporal completa y segmentada (muestra)

Fecha	Propósito y Visión
2004-01-01	79
2004-02-01	100
...	...
2014-07-01	36
2014-08-01	36
...	...
2024-12-01	23
2025-01-01	31
2025-02-01	32

Nota: Los datos completos se encuentran referenciados en anexos posteriores.

B. Estadísticas descriptivas

El análisis cuantitativo de la serie temporal para Propósito y Visión en Google Trends, segmentado por períodos, revela las siguientes características:

Período	Media	Desv. Estándar	Mínimo	Máximo	P25	P50 (Mediana)	P75
Completo	46.01	14.13	21	100	34.00	40.50	51.75
Últ. 20 A	42.01	11.66	21	79	33.75	40.00	49.00
Últ. 15 A	37.91	8.43	21	58	31.00	37.00	44.00
Últ. 10 A	34.53	6.63	21	50	30.00	34.00	40.00
Últ. 5 A	31.23	5.57	21	46	27.75	31.00	34.25

C. Interpretación Técnica Preliminar

Las estadísticas descriptivas sugieren una trayectoria temporal marcada por un interés inicial muy elevado, seguido de un declive pronunciado y una posterior estabilización a niveles considerablemente más bajos. El valor máximo absoluto (100) se registra al inicio

del período (febrero de 2004), mientras que el mínimo (21) aparece en años recientes (julio de 2024). La media decreciente a lo largo de los segmentos temporales (de 46.01 en el período completo a 31.23 en los últimos 5 años) confirma esta tendencia descendente en el interés de búsqueda promedio. Asimismo, la disminución de la desviación estándar (de 14.13 a 5.57) indica una reducción significativa de la volatilidad en los últimos años, sugiriendo que el interés, aunque menor, se ha vuelto más estable. Los percentiles también muestran un desplazamiento hacia valores más bajos con el tiempo. Esta configuración inicial sugiere un patrón que no se ajusta directamente a un ciclo corto típico, sino más bien a una fase de erosión del interés inicial seguida de una madurez o estabilización en niveles inferiores de atención pública medida por búsquedas.

III. Análisis de patrones temporales: cálculos y descripción

Esta sección detalla los cálculos y la descripción técnica de los patrones temporales identificados en la serie de Google Trends para Propósito y Visión, centrándose en picos, declives y cambios estructurales.

A. Identificación y análisis de períodos pico

Se define un período pico como un punto o conjunto de puntos contiguos en la serie temporal que representan un máximo local o global significativo en el índice de interés de Google Trends, claramente distinguible de las fluctuaciones habituales. El criterio principal para la identificación es la magnitud del valor (cercano a máximos históricos o locales relevantes) y su posición como punto de inflexión superior antes de un descenso notable. Si bien pueden existir múltiples picos locales, el análisis se centra en los más prominentes que marcan fases distintas.

El pico absoluto y más significativo se identifica claramente al inicio del período analizado. Otros picos locales notables ocurren esporádicamente, a menudo coincidiendo con los meses de septiembre/octubre, sugiriendo un posible componente estacional relacionado con ciclos de planificación académica o empresarial.

Período Pico	Fecha Inicio	Fecha Fin	Duración (Meses)	Duración (Años)	Magnitud Máxima	Magnitud Promedio
Pico Inicial	2004-01-01	2004-10-01*	~9	~0.75	100	~81.5
Pico Local 1	2007-09-01	2007-11-01	3	0.25	66	~62.3
Pico Local 2	2009-09-01	2009-11-01	3	0.25	61	61.0

Nota: La duración del Pico Inicial es una aproximación, considerando el período de valores consistentemente altos antes del declive sostenido. La magnitud promedio es estimada para ese lapso.

Contexto de los períodos pico: El pico inicial en 2004 coincide temporalmente con un período post-burbuja tecnológica, donde *podría* haber existido un enfoque renovado en la estrategia y fundamentos empresariales. La definición clara de misión y visión *podría* haber sido percibida como crucial para la estabilidad y dirección en un entorno de recuperación económica. Los picos locales posteriores, a menudo en otoño, *podrían* relacionarse con ciclos de planificación estratégica anual en las empresas o el inicio del año académico, momentos en que la reflexión sobre el propósito y la visión *podría* intensificarse. Sin embargo, estas son interpretaciones tentativas basadas en coincidencias temporales.

B. Identificación y análisis de fases de declive

Se define una fase de declive como un período sostenido donde la tendencia general del índice de interés de Google Trends es negativa, siguiendo a un período pico o una meseta. El criterio objetivo es una secuencia de valores decrecientes o una pendiente negativa significativa en una regresión local o media móvil durante varios meses o años.

La fase de declive más pronunciada y significativa para Propósito y Visión ocurre inmediatamente después del pico inicial de 2004 y se extiende durante varios años, moderándose gradualmente hasta alcanzar niveles más estables alrededor de 2010-2012.

Fase Declive	Fecha Inicio	Fecha Fin (aprox.)	Duración (Meses)	Duración (Años)	Tasa Declive Prom. Anual (%)	Patrón de Declive
Declive Post-Pico	2004-03-01	2011-12-01	~106	~8.8	~ -7.5%	Exponencial/Moderado

Nota: La Tasa de Declive Promedio Anual es una estimación basada en la diferencia entre el valor inicial (post-pico) y final, anualizada. El patrón es cualitativo.

Contexto de los períodos declive: El largo declive posterior a 2004 podría interpretarse de varias maneras. Primero, *podría* reflejar la natural disminución del "hype" inicial una vez que el concepto se normaliza o se integra en la práctica estándar, reduciendo la necesidad de búsquedas activas. Segundo, la crisis financiera global de 2008-2009 *podría* haber desviado temporalmente la atención de las búsquedas estratégicas a largo plazo hacia preocupaciones más inmediatas de supervivencia operativa, aunque la tendencia descendente ya estaba en marcha. Tercero, *es posible* que la terminología de búsqueda haya evolucionado, con usuarios buscando conceptos relacionados o más específicos (como "propósito corporativo", "valores organizacionales") en lugar de los términos generales "misión y visión".

C. Evaluación de cambios de patrón: resurgimientos y transformaciones

Se define un resurgimiento como un período sostenido de crecimiento en el interés después de una fase de declive o estabilización. Una transformación implica un cambio estructural en el patrón de la serie (ej., cambio en la media, volatilidad o estacionalidad) no atribuible a un simple ciclo. El criterio es identificar segmentos con pendiente positiva significativa o cambios estadísticamente detectables en las propiedades de la serie.

Tras el declive principal, la serie de Propósito y Visión parece entrar en una fase de estabilización a un nivel bajo, con fluctuaciones pero sin un resurgimiento claro y sostenido. Los datos de los últimos 5-10 años muestran una media y desviación estándar relativamente constantes (aunque bajas), sugiriendo una transformación hacia un patrón de estabilidad de bajo nivel más que un resurgimiento.

Cambio de Patrón	Fecha Inicio (aprox.)	Descripción Cualitativa	Cuantificación del Cambio (Ej. Cambio en Media / Desv. Est.)
Estabilización	~2012-01-01	Transición de declive a fluctuación estable a bajo nivel	Reducción de la media y la desviación estándar

Nota: No se identifican resurgimientos significativos. La cuantificación se basa en la comparación de estadísticas descriptivas pre y post 2012.

Contexto de los períodos de cambio: La estabilización observada desde aproximadamente 2012 *podría* indicar que el interés de búsqueda ha alcanzado un nivel base. Este nivel *podría* representar un interés residual constante por parte de estudiantes, académicos, o profesionales que buscan información fundamental o realizan búsquedas periódicas relacionadas con ciclos de planificación. La ausencia de un resurgimiento significativo *podría* sugerir que, aunque fundamental, el concepto de Propósito y Visión no ha experimentado recientemente un nuevo ciclo de alta atención pública (medida por búsquedas), *posiblemente* porque la atención se ha desplazado hacia conceptos más novedosos o específicos dentro del ámbito estratégico (como agilidad, transformación digital, sostenibilidad).

D. Patrones de ciclo de vida

Evaluando la trayectoria completa (pico inicial muy alto, declive prolongado, estabilización a bajo nivel), la herramienta Propósito y Visión, según los datos de Google Trends, parece encontrarse actualmente en una etapa de **madurez tardía o estabilización de bajo interés**. Esta evaluación se basa en la persistencia del término durante más de 20 años, la ausencia de un declive final hacia cero y la reducida volatilidad en el período reciente.

Las métricas clave del ciclo de vida observado son: * **Duración Total del Ciclo Observado:** 254 meses (21.17 años) - Enero 2004 a Febrero 2025. No se observa un ciclo completo de desaparición. * **Intensidad (Magnitud Promedio del Interés):** 46.01 (Período Completo), pero notablemente inferior en años recientes (ej., 31.23 en los últimos 5 años). * **Estabilidad (Variabilidad):** Alta inicialmente (Desv. Est. 14.13 en período completo) debido al fuerte declive, pero significativamente menor en los últimos 5 años (Desv. Est. 5.57), indicando estabilidad relativa en el nivel bajo actual.

Los datos revelan que el *interés de búsqueda* en Propósito y Visión tuvo su apogeo al inicio del período analizado y ha disminuido considerablemente desde entonces, estabilizándose en un nivel que sugiere una relevancia continua pero menos prominente en las búsquedas públicas. Ceteris paribus, el pronóstico de tendencia comportamental sugiere la continuación de este nivel bajo y estable de interés de búsqueda, con posibles fluctuaciones estacionales, a menos que nuevos contextos o reformulaciones del concepto impulsen un renovado interés.

E. Clasificación de ciclo de vida

Basándose en el análisis de los patrones temporales y aplicando los criterios operacionales definidos:

- **a) Modas Gerenciales:** No cumple el criterio clave **D (Ciclo de Vida Corto)**. Aunque presenta A (Auge rápido inicial), B (Pico pronunciado) y C (Declive posterior), la duración observada de más de 20 años excede significativamente los umbrales típicos (< 5-7 años) para una moda gerencial, especialmente en una fuente volátil como Google Trends.
- **b) Prácticas Fundamentales (Doctrinas):** Podría argumentarse parcialmente, dada la persistencia. Sin embargo, el fuerte declive inicial en el interés de búsqueda no encaja perfectamente con la estabilidad estructural esperada de una Práctica Fundamental Pura (Subtipo 5). Podría considerarse Persistente (Subtipo 6) o Fundacional (Subtipo 7), pero el patrón de Google Trends captura más la dinámica de atención que la aplicación estructural.
- **c) Patrones Evolutivos / Cílicos Persistentes (Híbridos):** Esta categoría parece la más adecuada. Específicamente, el subtipo **10. Fase de Erosión Estratégica (Declive Tardío / Superada)** describe bien el patrón observado en Google Trends: un período inicial de alto interés (implícito o explícito antes de 2004, y el pico en 2004) seguido de un declive claro y sostenido en la *atención medida por búsquedas*, que luego se estabiliza a un nivel inferior. Esto sugiere una erosión de la *prominencia en las búsquedas públicas*, aunque la herramienta siga siendo fundamental en la práctica.

Clasificación: Patrones Evolutivos / Cílicos Persistentes: Fase de Erosión Estratégica.

Descripción: La herramienta Propósito y Visión muestra en Google Trends una dinámica que comienza con un interés muy alto, seguido por una fase prolongada de declive en la atención de búsqueda, para finalmente estabilizarse en un nivel de interés bajo pero constante en los últimos años. Esto sugiere que, si bien pudo haber tenido un período de máxima atención pública (posiblemente antes o al inicio del período de datos), el interés medido por búsquedas ha disminuido estructuralmente, aunque persiste como un concepto con una base de interés residual.

IV. Análisis e interpretación: contextualización y significado

Integrando los hallazgos estadísticos, se construye una narrativa interpretativa sobre la evolución del interés público en Propósito y Visión, explorando su significado en el contexto de la investigación doctoral.

A. Tendencia general: ¿hacia dónde se dirige Propósito y Visión?

La tendencia general del interés en Propósito y Visión, medida por Google Trends durante las últimas dos décadas, es inequívocamente decreciente. Los indicadores NADT y MAST (-31.16 y -31.17 respectivamente) cuantifican una reducción sustancial en el volumen relativo de búsquedas. Esta trayectoria descendente, seguida de una estabilización a niveles bajos en los últimos años, *podría* interpretarse de varias maneras más allá de una simple pérdida de relevancia. Una explicación *posible* es que el concepto ha alcanzado tal nivel de madurez e integración en el pensamiento y la práctica gerencial que la necesidad de búsquedas activas ha disminuido; se ha convertido en un conocimiento asumido o fundamental. Otra explicación alternativa *podría* ser un cambio en la terminología preferida por los usuarios, quienes *podrían* estar buscando conceptos más específicos o contemporáneos como "propósito corporativo", "cultura organizacional" o "estrategia sostenible", que incorporan o refinan las ideas originales de misión y visión. Desde la perspectiva de las antinomias organizacionales, el declive en búsquedas *podría* reflejar una tensión entre la *estabilidad* que proporcionan las declaraciones de propósito y visión y la creciente demanda de *flexibilidad* y *adaptación* en entornos volátiles, llevando a buscar herramientas percibidas como más dinámicas. O quizás, la *racionalidad* implícita en la formulación de estas declaraciones *podría* estar cediendo terreno en las búsquedas a enfoques que enfatizan la *intuición* o la *creatividad* estratégica.

B. Ciclo de vida: ¿moda pasajera, herramienta duradera u otro patrón?

La evaluación del ciclo de vida de Propósito y Visión, basada estrictamente en los datos de Google Trends y la definición operacional proporcionada, indica que **no es consistente con una "moda gerencial" clásica**. Si bien cumple los criterios de Adopción Rápida (A, evidenciada por el alto interés inicial), Pico Pronunciado (B, en 2004) y Declive Posterior (C), falla crucialmente en el criterio de Ciclo de Vida Corto

(D). La persistencia del interés, aunque decreciente y estabilizado a bajo nivel, durante más de 20 años, contradice la naturaleza efímera asociada a las modas. El patrón observado se ajusta mejor a la clasificación de **Patrones Evolutivos / Cílicos Persistentes: Fase de Erosión Estratégica**. Esta clasificación captura la dinámica de un concepto que, tras un período de alta prominencia en las búsquedas, experimenta una disminución estructural de esta atención pública, sin desaparecer por completo. Comparado con patrones teóricos, no sigue una curva en S completa de Rogers (falta la fase de declive final hacia la obsolescencia) ni un ciclo abreviado. Sugiere más bien una herramienta duradera cuya *visibilidad en las búsquedas online* ha disminuido, *posiblemente* debido a su internalización, a la evolución del lenguaje o al surgimiento de conceptos complementarios o alternativos que capturan la atención actual.

C. Puntos de inflexión: contexto y posibles factores

Los puntos de inflexión clave son el pico máximo de interés en febrero de 2004 y el inicio del largo declive posterior, seguido por la fase de estabilización que parece comenzar alrededor de 2010-2012. * **Pico de 2004:** Este máximo *podría* estar vinculado al contexto post-crisis de las puntocom, donde las organizaciones *podrían* haber buscado reafirmar sus fundamentos estratégicos. La publicación de libros influyentes sobre estrategia o liderazgo en esa época *podría* también haber contribuido, aunque se requiere análisis adicional para identificar publicaciones específicas. Es un período donde la *necesidad de dirección y estabilidad* (antinomia estabilidad vs. innovación) *podría* haber sido particularmente alta. * **Declive (2004-2011 aprox.):** Este período abarca la crisis financiera global de 2008. Si bien la tendencia descendente precede a la crisis, esta *podría* haberla acentuado, desviando las búsquedas hacia temas de gestión de crisis o eficiencia a corto plazo (antinomia corto plazo vs. largo plazo). Además, el efecto de "contagio" inicial *podría* haberse disipado, y la *presión institucional* para simplemente "tener" una misión y visión *podría* haber disminuido la necesidad de buscar activamente información sobre ellas. La *madurez del concepto* y su incorporación en la educación formal también *podrían* reducir las búsquedas informativas. * **Estabilización (Post-2012):** La estabilización a un nivel bajo *podría* indicar que el concepto ha encontrado su nicho de interés residual (académico, de consulta básica). *Podría* también reflejar un equilibrio donde la herramienta sigue siendo relevante pero ya no genera el volumen de búsquedas de su fase de máxima novedad o difusión.

V. Implicaciones e impacto: perspectivas para diferentes audiencias

La síntesis de los hallazgos ofrece perspectivas diferenciadas para distintos actores del ecosistema organizacional.

A. Contribuciones para investigadores, académicos y analistas

Este análisis subraya la importancia de la triangulación de fuentes de datos. Google Trends revela una clara disminución en el *interés de búsqueda* público por Propósito y Visión, lo cual *podría* ser interpretado erróneamente como una pérdida de relevancia general si no se contrasta con datos de adopción (como los de Bain) o de discurso académico (como Crossref o Google Books). Sugiere que la atención pública online no siempre refleja la profundidad o persistencia de una práctica gerencial fundamental. Abre líneas de investigación sobre las causas de esta disociación: ¿Es un artefacto de la fuente de datos? ¿Refleja una madurez del concepto que reduce las búsquedas informativas? ¿Indica un cambio semántico hacia términos relacionados? Investigar la evolución de términos de búsqueda asociados ("propósito corporativo", "valores", "ESG") podría ser fructífero. Además, pone de manifiesto posibles sesgos al depender únicamente de métricas de popularidad online para evaluar la trayectoria de herramientas estratégicas.

B. Recomendaciones y sugerencias para asesores y consultores

Para asesores y consultores, los hallazgos sugieren que, aunque Propósito y Visión no genere un alto volumen de búsquedas online, sigue siendo una piedra angular de la estrategia. La recomendación no es abandonar la herramienta, sino enfocar el apoyo en su *revitalización, integración y comunicación efectiva*, más que en su formulación inicial como un ejercicio aislado. * **Ámbito estratégico:** Ayudar a las organizaciones a conectar su propósito y visión con las demandas actuales (sostenibilidad, transformación digital, agilidad) y asegurar que sean más que declaraciones en papel, guiando decisiones estratégicas reales. * **Ámbito táctico:** Desarrollar planes de comunicación interna y externa que hagan vivir el propósito y la visión en el día a día, vinculándolos a objetivos departamentales e individuales. Utilizar talleres para asegurar la comprensión y el compromiso. * **Ámbito operativo:** Integrar el propósito y la visión en los procesos de selección, evaluación del desempeño y desarrollo del talento para asegurar la alineación cultural y comportamental.

C. Consideraciones para directivos y gerentes de organizaciones

Los directivos deben reconocer que la baja visibilidad en búsquedas no implica irrelevancia. La clave es la *auténticidad* y la *aplicación* del propósito y la visión. *

Públicas: Utilizar el propósito y la visión para reforzar la legitimidad, guiar la asignación de recursos públicos hacia metas de valor social y mejorar la transparencia y rendición de cuentas ante la ciudadanía. *

Privadas: Asegurar que el propósito y la visión impulsen la diferenciación competitiva, atraigan y retengan talento alineado, y comuniquen valor a inversores y clientes más allá del beneficio económico.

* **PYMES:** Formular un propósito y visión claros y concisos que guíen la toma de decisiones con recursos limitados, fomenten una cultura fuerte y permitan adaptarse ágilmente a nichos de mercado.

* **Multinacionales:** Gestionar la complejidad de articular un propósito y visión globales que resuenen localmente, asegurando la coherencia cultural y estratégica a través de diversas unidades de negocio y geografías.

* **ONGs:** Anclar el propósito y la visión firmemente en la misión social, utilizándolos para movilizar voluntarios, atraer donantes, medir el impacto social y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de sus iniciativas.

VI. Síntesis y reflexiones finales

En síntesis, el análisis temporal del interés en Propósito y Visión a través de Google Trends revela un patrón caracterizado por un pico de atención muy alto al inicio del período (2004), seguido de un declive pronunciado y prolongado durante aproximadamente 8-9 años, y una posterior estabilización en un nivel de interés de búsqueda significativamente más bajo pero relativamente constante durante la última década.

Evaluando críticamente estos hallazgos, el patrón observado en Google Trends **no es consistente** con la definición operacional de una "moda gerencial" clásica, principalmente debido a la larga duración del ciclo observado y la persistencia del interés, aunque a niveles reducidos. La clasificación más apropiada dentro del marco propuesto es la de **Patrones Evolutivos / Cílicos Persistentes: Fase de Erosión Estratégica**, indicando una disminución estructural en la *atención de búsqueda pública* tras una fase de alta prominencia, sin que ello implique necesariamente obsolescencia en la práctica.

Explicaciones alternativas, como la madurez del concepto, su internalización en el conocimiento gerencial estándar o un cambio en la terminología de búsqueda hacia conceptos relacionados, son altamente plausibles y requieren consideración.

Es *importante* reconocer que este análisis se basa exclusivamente en datos de Google Trends, los cuales miden el interés relativo de búsqueda y pueden estar sujetos a sesgos inherentes a la plataforma y al comportamiento de búsqueda online. No reflejan directamente la adopción, implementación o impacto real de la herramienta en las organizaciones. Los resultados deben interpretarse como una pieza del rompecabezas, indicativa de las tendencias de atención pública y curiosidad online, pero no como un veredicto definitivo sobre la relevancia o ciclo de vida de Propósito y Visión como práctica gerencial fundamental.

Posibles líneas de investigación futura incluyen la comparación detallada de esta tendencia con datos de otras fuentes (publicaciones académicas, encuestas de uso), el análisis de la evolución de términos de búsqueda relacionados y la exploración cualitativa de cómo las organizaciones perciben y utilizan actualmente el propósito y la visión en su gestión estratégica.

Tendencias Generales y Contextuales

Tendencias generales y factores contextuales de Propósito y Visión en Google Trends

I. Direccionamiento en el análisis de las tendencias generales

Este análisis se enfoca en las tendencias generales de la herramienta de gestión Propósito y Visión, tal como se reflejan en los datos de Google Trends, interpretándolas a través del prisma de factores contextuales externos. A diferencia del análisis temporal previo, que detallaba la secuencia cronológica de picos, valles y puntos de inflexión, este estudio adopta una perspectiva más amplia. Se busca comprender cómo el entorno macro — incluyendo dimensiones económicas, tecnológicas, sociales y de mercado— moldea los patrones agregados de interés y atención hacia Propósito y Visión a lo largo del tiempo. Las tendencias generales se definen aquí como las corrientes amplias y sostenidas en el nivel de búsqueda e interés público, cuya forma y dirección están potencialmente influenciadas por fuerzas externas que operan más allá de la dinámica interna de la herramienta misma. El objetivo es discernir cómo estas influencias contextuales configuran la trayectoria global de Propósito y Visión en el espacio digital público, complementando la visión longitudinal detallada previamente. Por ejemplo, mientras el análisis temporal identificó un declive pronunciado post-2004, este análisis contextual explora si factores externos persistentes, como la creciente complejidad del entorno empresarial o la emergencia de nuevos paradigmas de gestión, *podrían* haber contribuido a esa tendencia general de disminución del interés de búsqueda, más allá de un simple ciclo de novedad.

II. Base estadística para el análisis contextual

Para fundamentar el análisis de las tendencias generales y su relación con el contexto externo, se parte de un conjunto de estadísticas descriptivas agregadas derivadas de los datos de Google Trends para Propósito y Visión. Estos indicadores resumen el

comportamiento de la serie temporal a lo largo de diferentes horizontes, proporcionando una base cuantitativa para evaluar la intensidad, variabilidad y dirección del interés público en la herramienta. La rigurosidad estadística es esencial para construir índices contextuales significativos y para interpretar las tendencias observadas con objetividad.

A. Datos estadísticos disponibles

Los datos estadísticos clave que sirven de base para este análisis contextual provienen de la serie temporal de Google Trends para Propósito y Visión, abarcando desde enero de 2004 hasta febrero de 2025. Se utilizan métricas agregadas que resumen las características principales de la serie a largo plazo, diferenciándose de los análisis segmentados del capítulo anterior. La fuente primaria es Google Trends, que mide la frecuencia relativa de búsqueda (normalizada 0-100).

Los estadísticos base considerados son:

- * **Medias Móviles:** Promedios calculados sobre distintos períodos (20, 15, 10, 5 y 1 año) que suavizan fluctuaciones y revelan niveles de interés promedio en diferentes escalas temporales. Específicamente: Media 20 años (42.01), Media 15 años (37.91), Media 10 años (34.53), Media 5 años (31.23), Media 1 año (28.92).
- * **Tendencias Direccionales (NADT y MAST):** Indicadores que cuantifican la dirección e intensidad de la tendencia general anualizada. NADT (Tendencia Normalizada de Desviación Anual) = -31.16; MAST (Tendencia Suavizada por Media Móvil) = -31.17. Estos valores negativos tan pronunciados indican un fuerte declive promedio anual en el interés de búsqueda.
- * **Estadísticas Descriptivas del Período Completo (derivadas del análisis temporal previo):**

 - * Media General (46.01): Nivel promedio de interés en toda la serie.
 - * Desviación Estándar (14.13): Medida de la dispersión o volatilidad general.
 - * Rango (79): Diferencia entre el valor máximo (100) y mínimo (21), indicando la amplitud total de variación.
 - * Número de Picos Significativos (3): Frecuencia de puntos máximos relevantes (uno inicial dominante y dos locales posteriores), sugiriendo fluctuaciones notables.
 - * Percentil 25 (34.00): Nivel por debajo del cual se encuentra el 25% de los datos, indicando un umbral bajo frecuente.
 - * Percentil 75 (51.75): Nivel por debajo del cual se encuentra el 75% de los datos, indicando un umbral alto frecuente.

Estos datos agregados, aunque menos detallados temporalmente, son fundamentales para construir índices que capturen la influencia del contexto general sobre la herramienta. Una media general de 46.01, por ejemplo, establece un nivel de referencia histórico, mientras que un NADT de -31.16 cuantifica la fuerte tendencia decreciente general que *podría* estar influenciada por factores externos persistentes.

B. Interpretación preliminar

La interpretación preliminar de estas estadísticas descriptivas ofrece una visión panorámica del comportamiento de Propósito y Visión en Google Trends, sugiriendo posibles sensibilidades al contexto externo.

Estadística	Valor (Propósito y Visión en Google Trends)	Interpretación Preliminar Contextual
Media (General)	46.01	Indica un nivel histórico promedio de interés relativamente moderado-alto, aunque las medias decrecientes en períodos recientes sugieren una erosión de este nivel.
Desviación Estándar	14.13	Sugiere una volatilidad considerable a lo largo del tiempo, lo que <i>podría</i> indicar sensibilidad a cambios y eventos en el entorno externo.
NADT	-31.16 (% anual aprox.)	Refleja una fuerte tendencia decreciente promedio anual en el interés de búsqueda, <i>posiblemente</i> impulsada por factores contextuales como la madurez o sustitución.
Número de Picos	3	La presencia de picos significativos, aunque no extremadamente frecuentes, <i>podría</i> indicar reactividad a eventos externos específicos o ciclos recurrentes.
Rango	79	Una amplitud de variación muy alta (casi toda la escala 0-100), subraya el potencial de fluctuación y la influencia significativa que el contexto <i>podría</i> tener.
Percentil 25%	34.00	Establece un umbral bajo frecuente; incluso en períodos menos favorables, el interés no suele caer por debajo de este nivel, sugiriendo una base residual.
Percentil 75%	51.75	Indica el nivel que se supera solo el 25% del tiempo; alcanzar niveles altos de interés ha sido menos común que mantenerse en rangos medios o bajos.

En conjunto, estas métricas pintan un cuadro de una herramienta cuyo interés público en Google Trends fue inicialmente alto pero ha experimentado un declive pronunciado y sostenido (NADT muy negativo), aunque con una volatilidad considerable (Desv. Estándar y Rango altos) y picos ocasionales. La combinación de un NADT fuertemente negativo con una desviación estándar relativamente alta *podría* sugerir que el declive general no ha sido lineal, sino interrumpido por reacciones a eventos contextuales, o que

diferentes factores externos han ejercido presiones variables a lo largo del tiempo. La estabilización observada en las medias de los últimos años a niveles más bajos (P25 cercano a 30) *podría* indicar una adaptación a un nuevo equilibrio contextual.

III. Desarrollo y aplicabilidad de índices contextuales

Para cuantificar de manera más sistemática la influencia del entorno externo en las tendencias generales de Propósito y Visión en Google Trends, se construyen y aplican índices simples y compuestos. Estos índices transforman las estadísticas descriptivas base en métricas interpretables que reflejan aspectos como la volatilidad, la fuerza de la tendencia y la reactividad, todos ellos potencialmente modulados por factores contextuales. Su propósito es ofrecer una lectura más matizada de cómo la herramienta interactúa con su entorno, estableciendo una conexión analógica, aunque no directa, con los eventos específicos identificados en los puntos de inflexión del análisis temporal.

A. Construcción de índices simples

Se definen tres índices simples para capturar dimensiones específicas de la interacción entre la herramienta y su contexto.

(i) Índice de Volatilidad Contextual (IVC):

- **Definición:** Este índice mide la magnitud de la fluctuación del interés en Propósito y Visión en relación con su nivel promedio histórico. Busca cuantificar cuán sensible es la herramienta a perturbaciones o cambios en el entorno externo, reflejado en la variabilidad de las búsquedas en Google Trends. Una alta volatilidad relativa *podría* indicar una fuerte dependencia de factores externos cambiantes.
- **Metodología:** Se calcula como el cociente entre la Desviación Estándar general y la Media general: $IVC = \text{Desviación Estándar} / \text{Media}$. Esta normalización permite comparar la volatilidad entre herramientas o períodos con diferentes niveles promedio de interés.
- **Aplicabilidad:** Un $IVC > 1$ sugeriría una volatilidad muy alta en relación al nivel promedio, indicando que las fluctuaciones son proporcionalmente grandes y la herramienta es potencialmente muy sensible al contexto. Un $IVC < 1$ sugiere una estabilidad relativa mayor. Para Propósito y Visión: $IVC = 14.13 / 46.01 \approx 0.31$.

Este valor, significativamente menor que 1, sugiere que, aunque la desviación estándar absoluta es considerable, en relación con la media histórica, la volatilidad *relativa* no es extremadamente alta. Esto *podría* indicar que, a pesar del declive, existe una cierta inercia o estabilidad subyacente en el interés, o que las fluctuaciones, aunque amplias en términos absolutos (alto rango), son menos dramáticas cuando se ponderan por el nivel promedio histórico.

(ii) Índice de Intensidad Tendencial (IIT):

- **Definición:** Este índice busca cuantificar la fuerza y dirección de la tendencia general observada en el interés por Propósito y Visión, interpretada como una respuesta acumulada a las influencias contextuales a largo plazo. Combina la tasa de cambio anual promedio con el nivel histórico de interés.
- **Metodología:** Se calcula multiplicando la Tendencia Normalizada de Desviación Anual (NADT) por la Media general: $IIT = NADT \times \text{Media}$. El signo del índice indica la dirección (positivo para crecimiento, negativo para declive) y la magnitud refleja la fuerza de esta tendencia ponderada por el nivel promedio.
- **Aplicabilidad:** Un valor absoluto grande sugiere una tendencia fuerte y persistente, *posiblemente* impulsada por factores contextuales estructurales. Para Propósito y Visión: $IIT = -31.16 \times 46.01 \approx -1433.67$. Este valor extremadamente negativo indica una influencia tendencial de declive muy fuerte y dominante a lo largo del período analizado. Sugiere que los factores contextuales que impulsan la disminución del interés de búsqueda (como madurez, cambio semántico, surgimiento de alternativas) han tenido un impacto acumulado muy significativo en relación con el nivel promedio histórico de interés.

(iii) Índice de Reactividad Contextual (IRC):

- **Definición:** Este índice evalúa la frecuencia con la que el interés en Propósito y Visión muestra picos o fluctuaciones significativas, ajustada por la amplitud general de su variación. Mide la propensión de la herramienta a "reaccionar" a eventos o estímulos contextuales puntuales.
- **Metodología:** Se calcula como el Número de Picos Significativos dividido por el Rango relativo (Rango / Media): $IRC = \text{Número de Picos} / (\text{Rango} / \text{Media})$. Un

valor más alto sugiere que la herramienta muestra picos frecuentes en relación con su banda normal de fluctuación.

- **Aplicabilidad:** Un $IRC > 1$ podría indicar una alta reactividad, sugiriendo que la herramienta responde frecuentemente a eventos externos. Para Propósito y Visión: $IRC = 3 / (79 / 46.01) = 3 / 1.717 \approx 1.75$. Este valor, notablemente superior a 1, sugiere una alta reactividad contextual. A pesar del declive general, la herramienta parece haber respondido de manera significativa (generando picos notables) a eventos o ciclos específicos dentro de su contexto a lo largo del tiempo.

B. Estimaciones de índices compuestos

Combinando los índices simples, se construyen índices compuestos para ofrecer una visión más integrada de la relación entre Propósito y Visión y su contexto.

(i) Índice de Influencia Contextual (IIC):

- **Definición:** Este índice compuesto busca ofrecer una medida global del grado en que los factores externos, en conjunto (considerando volatilidad, tendencia y reactividad), parecen moldear la trayectoria del interés en Propósito y Visión.
- **Metodología:** Se calcula como el promedio de los tres índices simples, usando el valor absoluto del IIT para asegurar que la fuerza de la tendencia (independientemente de su dirección) contribuya positivamente a la influencia general: $IIC = (IVC + |IIT| + IRC) / 3$.
- **Aplicabilidad:** Un valor alto sugiere una fuerte influencia general del contexto. Para Propósito y Visión: $IIC = (0.31 + |-1433.67| + 1.75) / 3 = (0.31 + 1433.67 + 1.75) / 3 = 1435.73 / 3 \approx 478.58$. Este valor extremadamente alto, dominado por la magnitud del IIT, subraya de manera contundente que la trayectoria de Propósito y Visión en Google Trends parece estar masivamente influenciada por factores contextuales, principalmente aquellos que impulsan su fuerte tendencia negativa general.

(ii) Índice de Estabilidad Contextual (IEC):

- **Definición:** Este índice mide la capacidad de Propósito y Visión para mantener un nivel de interés estable frente a las fluctuaciones y picos inducidos por el contexto. Es inversamente proporcional a la volatilidad y la frecuencia de picos.

- **Metodología:** Se calcula como la Media general dividida por el producto de la Desviación Estándar y el Número de Picos: $IEC = \text{Media} / (\text{Desviación Estándar} \times \text{Número de Picos})$.
- **Aplicabilidad:** Valores más altos indican mayor estabilidad contextual (bajo impacto de fluctuaciones). Para Propósito y Visión: $IEC = 46.01 / (14.13 \times 3) = 46.01 / 42.39 \approx 1.09$. Este valor, ligeramente superior a 1, sugiere una estabilidad contextual moderada. Aunque hay volatilidad (Desv. Est.) y reactividad (Picos), el nivel promedio histórico (Media) es suficientemente alto en comparación como para no considerar la herramienta extremadamente inestable en su conjunto histórico. Sin embargo, esta estabilidad histórica contrasta con el fuerte declive tendencial.

(iii) Índice de Resiliencia Contextual (IREC):

- **Definición:** Este índice cuantifica la capacidad de Propósito y Visión para sostener niveles relativamente altos de interés (Percentil 75) incluso cuando enfrenta condiciones adversas o fluctuaciones (representadas por el nivel bajo frecuente, Percentil 25, y la volatilidad general, Desviación Estándar).
- **Metodología:** Se calcula como el cociente entre el Percentil 75 y la suma del Percentil 25 y la Desviación Estándar: $IREC = \text{Percentil } 75 / (\text{Percentil } 25 + \text{Desviación Estándar})$.
- **Aplicabilidad:** Un $IREC > 1$ sugiere resiliencia (capacidad de mantener niveles altos a pesar de la base baja y la volatilidad). Para Propósito y Visión: $IREC = 51.75 / (34.00 + 14.13) = 51.75 / 48.13 \approx 1.08$. Similar al IEC, este valor ligeramente superior a 1 sugiere una resiliencia contextual moderada en términos históricos. Indica que, a pesar de la volatilidad y la existencia de un nivel base relativamente bajo, la herramienta ha sido capaz históricamente de alcanzar niveles de interés significativamente más altos (P75) de forma recurrente.

C. Análisis y presentación de resultados

La siguiente tabla resume los valores calculados de los índices contextuales y ofrece una interpretación orientativa inicial:

Índice	Valor Aproximado	Interpretación Orientativa
IVC	0.31	Volatilidad relativa moderada-baja respecto a la media histórica.
IIT	-1433.67	Influencia tendencial de declive extremadamente fuerte.
IRC	1.75	Alta reactividad a eventos o ciclos contextuales específicos.
IIC	478.58	Influencia contextual general masiva, dominada por la fuerte tendencia negativa.
IEC	1.09	Estabilidad contextual histórica moderada (a pesar de la tendencia).
IREC	1.08	Resiliencia contextual histórica moderada (capacidad de alcanzar picos a pesar del declive).

Estos índices, en conjunto, pintan una imagen compleja. Por un lado, la herramienta muestra una tendencia de declive abrumadora (IIT, IIC muy altos y negativos). Por otro lado, no carece de reactividad a eventos (IRC alto) y conserva una moderada estabilidad y resiliencia histórica (IEC, IREC > 1), sugiriendo que el declive no ha sido un colapso uniforme, sino un proceso influenciado por múltiples factores contextuales, algunos de los cuales *podrían* haber provocado reacciones o mantenido un cierto nivel de interés residual. Estos hallazgos son análogos a las conclusiones del análisis temporal: los puntos de inflexión (picos, inicio del declive, estabilización) identificados previamente *podrían* ser manifestaciones específicas de la alta reactividad (IRC) y la fuerte influencia contextual general (IIC) cuantificadas aquí. El declive sostenido post-2004 es la manifestación temporal del fuerte IIT negativo.

IV. Análisis de factores contextuales externos

Para enriquecer la interpretación de las tendencias generales y los índices calculados, se examinan sistemáticamente posibles factores contextuales externos que *podrían* haber influido en el interés de búsqueda de Propósito y Visión en Google Trends. Este análisis busca identificar las fuerzas del entorno que *podrían* explicar la dinámica observada, vinculándolas hipotéticamente a los índices contextuales sin repetir el análisis detallado de eventos específicos del capítulo anterior.

A. Factores microeconómicos

- **Definición:** Se refieren a elementos relacionados con la economía a nivel de la empresa o sector, como la estructura de costos, la disponibilidad de recursos

financieros, la presión por la eficiencia y la dinámica competitiva del mercado inmediato.

- **Justificación:** Estos factores son relevantes porque las decisiones sobre la adopción, el énfasis o la revisión de herramientas estratégicas como Propósito y Visión pueden estar condicionadas por la salud financiera y las presiones operativas de las organizaciones. Un entorno económico adverso *podría* desviar la atención de la estrategia a largo plazo.
- **Factores Prevalecientes Potenciales:** Aumento de costos operativos, ciclos de inversión y desinversión, presiones por rentabilidad a corto plazo, intensidad competitiva que exige agilidad.
- **Análisis:** Un contexto de fuerte presión por la eficiencia y reducción de costos, como el que *pudo* seguir a la crisis de 2008, *podría* contribuir a la tendencia negativa (IIT) si la formulación o revisión del propósito y visión se percibe como un ejercicio costoso o de bajo retorno inmediato. Por otro lado, una alta intensidad competitiva *podría* aumentar la reactividad (IRC) si las empresas buscan redefinir su propósito para diferenciarse en respuesta a movimientos del mercado. El IVC relativamente bajo *podría* sugerir que, aunque presentes, estos factores microeconómicos no generan fluctuaciones extremas y erráticas en el interés general por el concepto base.

B. Factores tecnológicos

- **Definición:** Comprenden los avances en tecnología, la digitalización de procesos, la emergencia de nuevas herramientas analíticas o de gestión, y la obsolescencia de enfoques anteriores.
- **Justificación:** La tecnología puede tanto habilitar como desafiar herramientas gerenciales existentes. Nuevas plataformas de comunicación pueden cambiar cómo se articula la visión, mientras que herramientas analíticas avanzadas *podrían* ofrecer enfoques alternativos para la planificación estratégica, afectando el interés en métodos tradicionales.
- **Factores Prevalecientes Potenciales:** Transformación digital, auge del Big Data y la analítica avanzada, desarrollo de software de gestión estratégica, obsolescencia percibida de enfoques "estáticos".

- **Análisis:** La rápida evolución tecnológica y la digitalización *podrían* ser un motor clave detrás del fuerte declive (IIT) si Propósito y Visión se percibe como menos adaptado a entornos digitales dinámicos. La emergencia de conceptos como "agilidad estratégica" o "gestión basada en datos" *podría* haber capturado parte del interés antes dirigido a Propósito y Visión. Sin embargo, la alta reactividad (IRC) *podría* indicar que la herramienta también reacciona a estos cambios, quizás a través de intentos de integración o reformulación (ej., "visión digital"). El IREC moderado *podría* sugerir que, a pesar de estos desafíos, la herramienta conserva cierta capacidad de mantener relevancia.

C. Índices simples y compuestos en el análisis contextual

Los índices calculados actúan como lentes para interpretar cómo diferentes tipos de factores contextuales *podrían* estar influyendo en Propósito y Visión: * **El IIT extremadamente negativo** sugiere que factores estructurales y persistentes (como la madurez del concepto, la evolución semántica hacia términos como "propósito corporativo", o la competencia de nuevos enfoques de gestión impulsados por la tecnología y la globalización) son los principales motores del declive general en el interés de búsqueda. * **El IRC alto** indica que, sobre esta tendencia de fondo, eventos más puntuales o ciclos recurrentes (como *podrían* ser crisis económicas, publicaciones influyentes específicas no capturadas en el análisis temporal, cambios regulatorios relevantes, o incluso ciclos académicos/empresariales de planificación) generan picos de interés o atención. Esto es análogo a los puntos de inflexión del análisis temporal, que representan momentos específicos donde estas reacciones contextuales fueron más visibles. * **El IVC moderado-bajo** sugiere que la variabilidad, aunque presente, no es caótica en relación al nivel histórico, *posiblemente* porque la naturaleza fundamental del concepto le otorga cierta inercia frente a fluctuaciones menores del entorno. * **El IIC masivo**, dominado por el IIT, refuerza la idea de que la trayectoria general está fuertemente determinada por el contexto a largo plazo. * **El IEC y el IREC moderados (>1)** sugieren que, a pesar de la fuerte presión negativa del contexto (IIT) y la reactividad a eventos (IRC), la herramienta ha mostrado históricamente una capacidad no despreciable para mantener un nivel base y alcanzar picos, indicando una estabilidad y

resiliencia intrínsecas que evitan un colapso total del interés. Esto *podría* deberse a su rol fundamental en la teoría de la gestión o a su continua relevancia en ciertos nichos (educación, consultoría básica).

V. Narrativa de tendencias generales

Integrando los índices contextuales y el análisis de factores externos, emerge una narrativa sobre las tendencias generales de Propósito y Visión en Google Trends. La tendencia dominante es un **declive estructural muy pronunciado** en el interés de búsqueda a lo largo de las últimas dos décadas, como lo cuantifica el IIT extremadamente negativo y el IIC masivo. Esta trayectoria descendente *podría* ser interpretada como el resultado de una combinación de factores contextuales persistentes: la **madurez del concepto**, que reduce la necesidad de búsquedas informativas básicas; la **evolución semántica**, con el interés desplazándose hacia términos relacionados más específicos o modernos ("propósito corporativo", "ESG", "cultura organizacional"); y la **competencia de nuevos enfoques de gestión** (agilidad, transformación digital, gestión basada en datos) que *podrían* percibirse como más relevantes en entornos complejos y dinámicos.

Sin embargo, este declive general no es monolítico. La **alta reactividad contextual** (IRC > 1.7) sugiere que la herramienta sigue siendo sensible a estímulos externos específicos. Picos de interés ocasionales *podrían* surgir en respuesta a crisis que demandan un retorno a los fundamentos (como *posiblemente* ocurrió post-2001 o durante la crisis de 2008, aunque la tendencia general siguiera a la baja), a la publicación de literatura influyente que revitalice el tema, o a ciclos recurrentes de planificación estratégica en organizaciones y academia. Esta reactividad explica por qué, a pesar del declive, la herramienta no desaparece del radar de búsqueda.

Finalmente, la **moderada estabilidad y resiliencia históricas** (IEC y IREC > 1) indican que Propósito y Visión posee un núcleo de relevancia que resiste la erosión total. A pesar de la fuerte tendencia negativa y las fluctuaciones, mantiene un nivel base de interés y ha demostrado capacidad para alcanzar picos significativos. Esto *podría* deberse a su estatus como concepto fundacional en la enseñanza de la gestión, su uso continuo en consultoría estratégica básica, o su función intrínseca como ancla de identidad organizacional, especialmente relevante para nuevas empresas o en momentos de reestructuración. La narrativa general es, por tanto, la de un concepto fundamental cuya *prominencia en las*

búsquedas públicas ha disminuido masivamente debido a factores contextuales de largo plazo, pero que conserva una reactividad a eventos y una resiliencia que le permiten persistir en el panorama de la gestión, aunque en un nivel de atención mucho menor que en su apogeo inicial.

VI. Implicaciones Contextuales

El análisis de tendencias generales y factores contextuales ofrece perspectivas interpretativas valiosas para distintas audiencias dentro del ecosistema académico y organizacional.

A. De Interés para Académicos e Investigadores

El análisis contextual, particularmente el elevado Índice de Influencia Contextual (IIC) y el fuerte Índice de Intensidad Tendencial (IIT) negativo, subraya la necesidad de investigar más profundamente *cómo* factores externos específicos (tecnológicos, sociales, económicos) han interactuado para erosionar el interés de búsqueda en Propósito y Visión. Esto complementa los hallazgos del análisis temporal al sugerir que los puntos de inflexión observados son manifestaciones de fuerzas contextuales más amplias y persistentes. Abre líneas de investigación sobre la co-evolución de conceptos de gestión: ¿Cómo ha influido el auge de la agilidad, la sostenibilidad o el propósito corporativo en la percepción y búsqueda de la misión y visión tradicionales? ¿Existen diferencias significativas en estas tendencias entre distintas regiones geográficas o sectores industriales, reflejando contextos locales diversos? El alto Índice de Reactividad Contextual (IRC) también invita a explorar con mayor detalle qué tipos de eventos (publicaciones clave, crisis, cambios regulatorios) generan picos de interés y cómo estos afectan la trayectoria a largo plazo.

B. De Interés para Consultores y Asesores

Para consultores y asesores, el análisis contextual sugiere que, aunque el interés de búsqueda general en Propósito y Visión ha disminuido, la herramienta sigue siendo reactiva (IRC alto) y posee resiliencia ($IREC > 1$). Esto implica que sigue habiendo momentos y contextos donde su discusión y reformulación son pertinentes. La recomendación práctica derivada no es abandonar la herramienta, sino entender *cuándo* y

cómo intervenir. El alto IRC sugiere que los consultores deben estar atentos a eventos contextuales (cambios de mercado, crisis, nuevas regulaciones) que puedan crear una ventana de oportunidad para ayudar a las organizaciones a re-evaluar o revitalizar su propósito y visión. El fuerte IIT negativo indica que el enfoque no debe ser simplemente repetir formulaciones tradicionales, sino ayudar a las organizaciones a conectar su propósito y visión con los desafíos contextuales actuales (digitalización, sostenibilidad, talento) y a asegurar que sean declaraciones vivas y no artefactos históricos.

C. De Interés para Gerentes y Directivos

Los gerentes y directivos deben interpretar los hallazgos contextuales con cautela. El declive en Google Trends no significa que Propósito y Visión sea irrelevante, sino que su *prominencia en la conversación pública online* ha cambiado. La moderada estabilidad ($IEC > 1$) y resiliencia ($IREC > 1$) históricas sugieren que sigue siendo un pilar fundamental. Sin embargo, el fuerte IIT negativo y el alto IIC indican que no se puede dar por sentada su relevancia; debe ser activamente gestionada en relación con el contexto. Para organizaciones en entornos volátiles, la alta reactividad (IRC) implica que el propósito y la visión pueden necesitar ser revisados o reafirmados en respuesta a cambios significativos. Para todas las organizaciones, la tendencia general de declive sugiere la importancia de asegurar que el propósito y la visión estén integrados operativamente y comunicados de manera efectiva, conectándolos con las prioridades estratégicas actuales, en lugar de tratarlos como ejercicios estáticos. La clave es la adaptación contextual y la demostración de su valor práctico continuo.

VII. Síntesis y reflexiones finales

En resumen, el análisis contextual de Propósito y Visión en Google Trends, basado en índices derivados de estadísticas agregadas, revela una dinámica compleja. La tendencia general dominante es un **declive muy pronunciado y persistente** en el interés de búsqueda relativo a lo largo de las últimas dos décadas ($IIT \approx -1434$, $IIC \approx 479$). Esto sugiere una **influencia contextual masiva**, principalmente de factores estructurales que han erosionado la prominencia del término en las búsquedas públicas (posiblemente madurez, evolución semántica, competencia conceptual). Sin embargo, esta tendencia no implica una desaparición pasiva. La herramienta muestra una **alta reactividad** a eventos o ciclos específicos ($IRC \approx 1.75$), generando picos de interés ocasionales. Además,

conserva una **moderada estabilidad y resiliencia históricas** ($IEC \approx 1.09$, $IREC \approx 1.08$), indicando una capacidad intrínseca para mantener un nivel base de interés y alcanzar cotas significativas a pesar del declive general.

Estas observaciones cuantitativas, interpretadas a la luz de posibles factores externos (microeconómicos, tecnológicos, etc.), refuerzan y complementan las conclusiones del análisis temporal. Los puntos de inflexión identificados previamente *pueden* ser vistos como las manifestaciones temporales de la reactividad y la influencia contextual general cuantificadas aquí. La larga fase de declive post-2004 es la expresión visible del fuerte IIT negativo. La estabilización posterior a bajo nivel *podría* reflejar el equilibrio alcanzado por la resiliencia intrínseca frente a las presiones contextuales negativas.

Es crucial reiterar que estos hallazgos se basan exclusivamente en datos de Google Trends, que reflejan el interés de búsqueda público y no necesariamente la adopción, uso efectivo o impacto real de la herramienta en las organizaciones. La interpretación debe centrarse en la dinámica de la *atención online* y su sensibilidad al contexto. Los resultados sugieren que Propósito y Visión, aunque fundamental, ha perdido visibilidad en el discurso público digital, *posiblemente* cediendo terreno a conceptos más novedosos o específicos, pero conservando una capacidad de reacción y una base de relevancia residual.

Este análisis contextual sugiere que futuras investigaciones podrían beneficiarse de explorar en detalle los factores específicos (tecnológicos, semánticos, competitivos) que impulsan el declive observado y los eventos que generan reactividad, así como comparar estas tendencias con métricas de adopción y discurso académico para obtener una imagen más completa de la trayectoria de esta herramienta gerencial fundamental.

Análisis ARIMA

Análisis predictivo ARIMA de Propósito y Visión en Google Trends

I. Direccionamiento en el análisis del Modelo ARIMA

Este análisis se centra en evaluar de manera exhaustiva el desempeño y las implicaciones del modelo ARIMA (Promedio Móvil Integrado Autoregresivo) aplicado a la serie temporal del interés de búsqueda de la herramienta de gestión Propósito y Visión en Google Trends. El objetivo principal es doble: primero, cuantificar la capacidad predictiva del modelo para proyectar patrones futuros de interés público en esta herramienta; segundo, utilizar estas proyecciones y los parámetros del modelo como un insumo adicional para clasificar la dinámica observada, determinando si se alinea con las características de una "moda gerencial", una "práctica fundamental" (o doctrina) o un patrón "híbrido", según el marco conceptual de la investigación doctoral. Este enfoque predictivo y clasificatorio busca ampliar la comprensión obtenida de los análisis previos (Temporal y de Tendencias), que se enfocaron en la evolución histórica y las influencias contextuales pasadas, respectivamente. Al proyectar las tendencias futuras implícitas en los datos recientes, el análisis ARIMA ofrece una perspectiva complementaria sobre la posible trayectoria y persistencia del interés en Propósito y Visión, enriqueciendo la evaluación de su naturaleza comportamental en el ecosistema organizacional digital. Por ejemplo, mientras el análisis temporal identificó un pico pronunciado seguido de un largo declive y una estabilización reciente para Propósito y Visión, este análisis ARIMA proyectará si esa estabilización es probable que continúe, se revierta o se transforme, ofreciendo una base cuantitativa para inferir sobre su futuro comportamiento en términos de atención pública en línea.

II. Evaluación del desempeño del modelo

La evaluación del desempeño del modelo ARIMA ajustado a los datos de Google Trends para Propósito y Visión es fundamental para determinar la fiabilidad de sus proyecciones y la validez de las interpretaciones derivadas. Se examinan diversas métricas y características del ajuste del modelo.

A. Métricas de precisión

Las métricas de precisión proporcionadas ofrecen una cuantificación del error promedio del modelo al ajustarse a los datos históricos observados. Para Propósito y Visión en Google Trends, se reporta una Raíz del Error Cuadrático Medio (RMSE) de aproximadamente 4.66 y un Error Absoluto Medio (MAE) de 3.5. El RMSE indica que, en promedio, las predicciones del modelo dentro de la muestra de ajuste se desviaron unos 4.66 puntos del valor real en la escala de 0 a 100 de Google Trends. El MAE, siendo 3.5, sugiere que la desviación absoluta promedio fue de 3.5 puntos. Considerando que los valores recientes de la serie se sitúan alrededor de 31, estos errores, aunque no insignificantes, podrían considerarse moderados en el contexto de la volatilidad inherente a los datos de interés de búsqueda en línea. Sugieren que el modelo captura la dinámica general reciente con una precisión aceptable para proyecciones a muy corto plazo, aunque la magnitud del error debe tenerse en cuenta al interpretar la fiabilidad de pronósticos más extensos. Es relevante notar que estas métricas reflejan el ajuste *dentro de la muestra* utilizada para construir el modelo (hasta agosto de 2023) y no garantizan el mismo nivel de precisión para predicciones futuras fuera de esa muestra.

B. Calidad del ajuste del modelo

La calidad general del ajuste del modelo ARIMA(0, 1, 0) a la serie histórica de Propósito y Visión presenta matices. Por un lado, el modelo parece capturar adecuadamente la ausencia de autocorrelación significativa a corto plazo en los residuos, como sugiere el test de Ljung-Box ($\text{Prob}(Q) = 0.71$), indicando que la estructura simple del modelo es suficiente para explicar la dependencia temporal inmediata (o la falta de ella) en la serie diferenciada. Sin embargo, los diagnósticos de los residuos revelan desviaciones de los supuestos ideales del modelo ARIMA. El test de Jarque-Bera ($\text{Prob}(JB) = 0.00$) indica que los residuos no siguen una distribución normal, presentando una ligera asimetría

positiva ($\text{Skew} = 0.47$) y una curtosis algo elevada ($\text{Kurtosis} = 3.79$). Esto *podría* sugerir que el modelo no captura completamente eventos extremos o dinámicas no lineales presentes en los datos históricos. Adicionalmente, el test de heterocedasticidad ($\text{Prob}(H) = 0.00$) señala que la varianza de los residuos no es constante a lo largo del tiempo, lo cual afecta la eficiencia de las estimaciones y la validez estándar de los intervalos de confianza (aunque estos no se reportan explícitamente aquí). En conjunto, el ajuste *podría* considerarse adecuado para capturar la tendencia general reciente (estabilización), pero la presencia de residuos no normales y heterocedásticos sugiere cautela, ya que indica que existen aspectos de la variabilidad histórica que el modelo simple no logra explicar completamente.

III. Análisis de parámetros del modelo

El análisis detallado de los parámetros del modelo ARIMA(0, 1, 0) seleccionado para Propósito y Visión en Google Trends proporciona información clave sobre la estructura subyacente de la serie temporal y cómo el modelo la representa.

A. Significancia de componentes AR, I y MA

El modelo ajustado es un ARIMA(0, 1, 0). Esto significa que no incluye componentes autorregresivos (AR, $p=0$) ni de media móvil (MA, $q=0$). La ausencia de un término AR significativo ($p=0$) sugiere que el valor diferenciado actual del interés de búsqueda no depende linealmente de los valores diferenciados pasados. De manera similar, la ausencia de un término MA significativo ($q=0$) indica que el valor diferenciado actual no depende linealmente de los errores de predicción pasados. El único componente estructural explícito es el término de integración (I, $d=1$), que se aborda en la siguiente subsección. El parámetro σ^2 , que representa la varianza estimada de los residuos (ruido blanco), es 65.81 y resulta estadísticamente significativo ($P>|z| = 0.000$), indicando que existe una variabilidad residual significativa que el modelo captura como ruido aleatorio una vez aplicada la diferenciación. La simplicidad del modelo (ausencia de términos AR y MA) sugiere que, tras la diferenciación, la serie se comporta esencialmente como un paseo aleatorio (random walk).

B. Orden del Modelo (p, d, q)

El orden del modelo seleccionado es ($p=0$, $d=1$, $q=0$). * **p=0:** Indica que no se utilizan valores pasados de la serie diferenciada para predecir el valor actual. La memoria de la serie, en términos de su propio pasado, es inexistente una vez que se considera el cambio respecto al período anterior. * **d=1:** Indica que se aplicó una diferenciación de primer orden a la serie original para hacerla estacionaria. Esto es crucial, ya que sugiere que la serie original de interés en Propósito y Visión tenía una tendencia o un nivel medio no constante a lo largo del tiempo. La necesidad de diferenciación es consistente con los análisis previos (Temporal y de Tendencias) que identificaron un fuerte declive histórico seguido de una estabilización. * **q=0:** Indica que no se utilizan errores de predicción pasados para modelar el valor actual. Los shocks o errores aleatorios pasados no tienen un efecto persistente en las predicciones futuras más allá de su impacto inmediato.

Este modelo ARIMA(0, 1, 0) es uno de los modelos más simples dentro de la familia ARIMA y corresponde a un modelo de paseo aleatorio (Random Walk) aplicado a la serie original. Implica que el cambio esperado en el interés de búsqueda de un período al siguiente es cero, y la mejor predicción para el próximo período es el valor observado en el período actual.

C. Implicaciones de estacionariedad

La presencia del término de integración ($d=1$) es una de las conclusiones más importantes del ajuste del modelo. Confirma formalmente que la serie temporal original del interés en Propósito y Visión en Google Trends, durante el período analizado (marzo 2005 - agosto 2023 para el ajuste del modelo), era **no estacionaria**. La no estacionariedad, generalmente debida a una tendencia o a un nivel medio cambiante, requirió la aplicación de una diferenciación para estabilizar la serie antes de modelar cualquier estructura AR o MA remanente (que en este caso resultó ser inexistente). Esta necesidad de diferenciación ($d=1$) se alinea perfectamente con los hallazgos del análisis temporal, que mostró un claro declive a largo plazo, y del análisis de tendencias, que cuantificó esta tendencia negativa mediante el índice IIT. La implicación es que el interés en Propósito y Visión no ha fluctuado alrededor de un nivel constante, sino que ha experimentado cambios estructurales en su nivel medio a lo largo del tiempo, lo cual es característico de series

influenciadas por factores externos sostenidos o por procesos evolutivos intrínsecos, como la madurez del concepto o cambios en el entorno competitivo de las ideas de gestión.

IV. Integración de Datos Estadísticos Cruzados

Aunque no se dispone de variables exógenas formalmente integradas en el modelo ARIMA (tipo ARIMAX), es posible enriquecer la interpretación de las proyecciones ARIMA contrastándolas cualitativamente con los hallazgos y estadísticas agregadas del análisis contextual previo, que utilizó métricas derivadas de la propia serie de Google Trends (medias móviles, NADT, MAST, etc.) como proxies de la influencia contextual. Esta integración busca una comprensión más holística, vinculando la proyección puramente estadística del ARIMA con las tendencias generales y la sensibilidad al entorno previamente identificadas.

A. Identificación de Variables Exógenas Relevantes

Basándose en el análisis contextual previo y la naturaleza de la herramienta Propósito y Visión, variables exógenas hipotéticas que *podrían* influir en su trayectoria de interés en Google Trends incluirían: indicadores macroeconómicos (ej., crecimiento del PIB, tasas de desempleo, que *podrían* afectar la prioridad de la planificación estratégica), métricas de inversión empresarial (ej., gasto en consultoría, inversión en I+D), indicadores de adopción tecnológica (ej., penetración de software de gestión estratégica), volumen de publicaciones académicas o de divulgación sobre temas relacionados (ej., propósito corporativo, ESG, liderazgo estratégico), o incluso la popularidad de búsqueda de herramientas de gestión alternativas o complementarias. Por ejemplo, un aumento sostenido en las búsquedas de "Estrategia Ágil" *podría* hipotéticamente correlacionarse negativamente con el interés en "Propósito y Visión" si se perciben como enfoques competidores. De manera similar, un aumento en la inversión organizacional en transformación digital *podría* influir en cómo se busca y se aplica el concepto de visión estratégica.

B. Relación con Proyecciones ARIMA

El modelo ARIMA(0, 1, 0) proyecta una estabilidad plana en el nivel de interés de búsqueda (valor predicho constante de 31.0). Esta proyección de estabilidad a corto y mediano plazo se alinea con la observación más reciente del análisis temporal y contextual: la fase de estabilización a bajo nivel que parece haber comenzado alrededor de 2012 y que se refleja en las medias móviles decrecientes pero más estables en los últimos 5 y 1 años (31.23 y 28.92 respectivamente). La proyección ARIMA sugiere que, basándose únicamente en la dinámica intrínseca más reciente de la serie (comportamiento de paseo aleatorio tras la diferenciación), no hay evidencia para esperar un cambio significativo de esta tendencia de estabilidad a corto plazo. Sin embargo, esta proyección de estabilidad contrasta fuertemente con la tendencia histórica general de declive capturada por el NADT (-31.16) y el IIT (-1433.67). Esto *podría* interpretarse de dos maneras: o bien los factores contextuales que impulsaron el declive histórico han perdido fuerza y la estabilización actual es un nuevo equilibrio, o bien el modelo ARIMA simple es incapaz de capturar factores externos latentes que *podrían* reactivar el declive o incluso generar un resurgimiento. Si, por ejemplo, datos exógenos hipotéticos mostraran una renovada inversión en planificación estratégica fundamental o un resurgimiento del discurso sobre la importancia de la visión a largo plazo, esto entraría en conflicto con la proyección plana del ARIMA, sugiriendo una posible limitación del modelo.

C. Implicaciones Contextuales

La proyección de estabilidad del ARIMA, interpretada en el contexto de los análisis previos, tiene implicaciones significativas. Sugiere que, en ausencia de nuevos shocks externos o cambios estructurales significativos, el interés de búsqueda en Propósito y Visión *podría* mantenerse en su nivel bajo actual. Esto *podría* reforzar la idea de que la herramienta ha alcanzado una fase de madurez en términos de atención pública en línea, donde persiste un interés residual (posiblemente de estudiantes, académicos o búsquedas básicas) pero sin generar ya el "hype" o la atención masiva del pasado. La alta reactividad contextual ($IRC=1.75$) identificada previamente, sin embargo, actúa como una advertencia: aunque el modelo proyecte estabilidad, la serie ha demostrado históricamente ser sensible a eventos externos. Por lo tanto, la estabilidad proyectada debe considerarse contingente. Un evento externo significativo (una nueva crisis económica global, una publicación disruptiva sobre estrategia, un cambio fundamental en

el paradigma de gestión) *podría* potencialmente romper esta estabilidad proyectada, invalidando el pronóstico del modelo simple. La proyección ARIMA, por tanto, representa un escenario base "ceteris paribus" que debe ser continuamente evaluado frente a la evolución del contexto real.

V. Insights y clasificación basada en Modelo ARIMA

El análisis del modelo ARIMA y sus proyecciones ofrece insights específicos sobre la dinámica futura esperada para Propósito y Visión en Google Trends y permite una clasificación tentativa basada en esta perspectiva predictiva.

A. Tendencias y patrones proyectados

La principal tendencia proyectada por el modelo ARIMA(0, 1, 0) es la **estabilización**. El modelo predice que el nivel de interés de búsqueda se mantendrá constante en un valor de 31.0 durante todo el horizonte de pronóstico (septiembre 2023 a agosto 2026). Este patrón de estabilidad plana es una consecuencia directa de la estructura del modelo (paseo aleatorio sobre la serie diferenciada), que asume que el mejor pronóstico para el futuro es el nivel actual. Esta proyección es consistente con la fase de estabilización a bajo nivel observada en los datos más recientes (últimos 5-10 años) tras el prolongado declive histórico. No proyecta crecimiento, ni declive adicional, ni ciclos recurrentes. Sugiere que, según la información contenida en la propia serie temporal reciente, el interés en Propósito y Visión ha alcanzado un suelo aparente y se espera que persista en ese nivel.

B. Cambios significativos en las tendencias

El modelo ARIMA ajustado **no proyecta ningún cambio significativo** o punto de inflexión en la tendencia futura. La predicción es monótonamente constante. Esto implica que, basándose exclusivamente en la dinámica histórica reciente capturada por el modelo, no se anticipan resurgimientos ni nuevos declives pronunciados. Cualquier cambio futuro significativo en la tendencia real tendría que ser impulsado por factores no capturados por este modelo simple, como eventos externos imprevistos o cambios estructurales en el comportamiento de búsqueda que alteren la dinámica de paseo aleatorio observada

recientemente. La ausencia de cambios proyectados refuerza la idea de una fase de madurez o estabilización consolidada, al menos desde la perspectiva puramente estadística del modelo.

C. Fiabilidad de las proyecciones

La fiabilidad de estas proyecciones de estabilidad debe evaluarse con cautela. A corto plazo (ej., los próximos meses hasta un año), la proyección de estabilidad *podría* ser razonablemente fiable, dada la precisión moderada del modelo ($\text{RMSE} \approx 4.66$, $\text{MAE} = 3.5$) y la consistencia con la tendencia observada en los últimos años. Sin embargo, a mediano y largo plazo, la fiabilidad disminuye considerablemente. Primero, los modelos ARIMA(0, 1, 0) tienden a producir pronósticos planos que pueden no capturar cambios de tendencia futuros. Segundo, los problemas detectados en los residuos (no normalidad, heterocedasticidad) sugieren que el modelo no captura toda la complejidad de los datos, lo que puede afectar la precisión de los pronósticos a largo plazo. Tercero, y más importante, la alta reactividad contextual ($\text{IRC} \approx 1.75$) demostrada históricamente por la serie sugiere que es vulnerable a shocks externos, los cuales no son anticipados por el modelo. Por lo tanto, las proyecciones deben interpretarse como un escenario base de continuación de la tendencia reciente, cuya validez depende de la ausencia de cambios significativos en el contexto externo.

D. Índice de Moda Gerencial (IMG)

Para clasificar la dinámica proyectada utilizando el Índice de Moda Gerencial (IMG) propuesto, se estiman sus componentes basándose en la predicción plana del ARIMA: *

Tasa Crecimiento Inicial: El modelo no proyecta crecimiento inicial. La tasa es 0%. Valor normalizado: 0.0. * **Tiempo al Pico:** No se proyecta ningún pico; la predicción es plana. Esto representa una estabilidad extrema, lo opuesto a un pico de moda. Se asigna un valor bajo normalizado para reflejar esta ausencia de pico y larga persistencia, por ejemplo: 0.1. * **Tasa Declive:** No se proyecta declive post-pico. La tasa es 0%. Valor normalizado: 0.0. * **Duración Ciclo:** El modelo proyecta estabilidad indefinida, lo que implica un ciclo extremadamente largo o inexistente en el sentido de una moda. Se asigna un valor bajo normalizado para reflejar esta duración extendida, por ejemplo: 0.1.

Calculando el IMG: $IMG = (\text{Tasa Crecimiento Inicial} + \text{Tiempo al Pico} + \text{Tasa Declive} + \text{Duración Ciclo}) / 4$

$$IMG = (0.0 + 0.1 + 0.0 + 0.1) / 4 = 0.2 / 4 = \mathbf{0.05}$$

Este valor de IMG (0.05) es extremadamente bajo, muy por debajo del umbral sugerido de 0.7 para una "Moda Gerencial".

E. Clasificación de Propósito y Visión

Basándose estrictamente en las proyecciones del modelo ARIMA y el cálculo del IMG (0.05), la clasificación de Propósito y Visión se aleja claramente de la categoría "Modas Gerenciales". El IMG tan bajo y la proyección de estabilidad plana son características consistentes con una dinámica de alta persistencia y ausencia de ciclos cortos de auge y caída. Aplicando la lógica de clasificación (Sección G.5 del prompt): * Paso 1: No cumple A+B+C+D (falla D claramente, IMG muy bajo) -> No es Moda Gerencial. * Paso 2: Evaluar si es Práctica Fundamental Estable (Pura). Falla A (no hay auge proyectado) y C (no hay declive proyectado), muestra alta estabilidad proyectada. -> Sí, cumple criterios para **Práctica Fundamental: Estable (Pura)**, según la proyección ARIMA.

Por lo tanto, *desde la perspectiva exclusiva de las proyecciones ARIMA*, la herramienta Propósito y Visión se clasificaría como una **Práctica Fundamental: Estable (Pura)**. Es crucial notar que esta clasificación **difiere** de la obtenida en el análisis temporal/contextual ("Patrones Evolutivos / Cílicos Persistentes: Fase de Erosión Estratégica"), que consideró la *totalidad* de la historia observada (incluyendo el pico inicial y el largo declive). La discrepancia surge porque el modelo ARIMA basa su proyección principalmente en la dinámica *más reciente* (la estabilización), mientras que la clasificación histórica abarcaba todo el ciclo de vida observado. Esta diferencia subraya la importancia de considerar múltiples perspectivas temporales (histórica y proyectada) para una comprensión completa.

VI. Implicaciones Prácticas

Las proyecciones del modelo ARIMA y la clasificación derivada, aunque basadas en la perspectiva limitada de la extrapolación estadística de tendencias recientes en Google Trends, ofrecen implicaciones prácticas matizadas para diferentes audiencias.

A. De interés para académicos e investigadores

Las proyecciones de estabilidad a bajo nivel, derivadas de un modelo ARIMA(0, 1, 0), sugieren que el interés de búsqueda en línea en Propósito y Visión *podría* haber entrado en una fase de equilibrio residual. Esto invita a investigar las características de este interés estabilizado: ¿Quiénes realizan estas búsquedas? ¿Con qué propósito (académico, consulta básica, aplicación práctica)? ¿Se correlaciona esta estabilidad en línea con patrones de uso o enseñanza en el mundo real? La discrepancia entre la clasificación basada en la proyección (Estable) y la basada en la historia completa (Erosión Estratégica) resalta la complejidad de definir el ciclo de vida de conceptos fundamentales y la necesidad de metodologías que integren múltiples fases y fuentes. El bajo IMG proyectado (0.05) refuerza la idea de que, al menos en su manifestación en línea reciente, Propósito y Visión no se comporta como una moda efímera, lo que podría llevar a investigar los factores de persistencia de herramientas gerenciales consideradas "clásicas".

B. De interés para asesores y consultores

La proyección de estabilidad, aunque debe tomarse con cautela, sugiere que Propósito y Visión probablemente seguirá siendo un tema relevante, aunque quizás no "candente", en las conversaciones de gestión. Para los consultores, esto implica que la demanda de apoyo en la formulación *inicial* de misión y visión *podría* ser menos frecuente que en el pasado, pero la necesidad de *revitalizar*, *alinear* o *integrar* el propósito y la visión existentes con las estrategias actuales (digitalización, sostenibilidad, agilidad) *podría* persistir o incluso crecer. El enfoque debería desplazarse de la creación desde cero a la adaptación y aplicación contextual. La estabilidad proyectada también sugiere que no hay una urgencia inminente de abandonar la herramienta, pero sí una necesidad continua de demostrar su valor práctico en entornos cambiantes, conectándola con resultados medibles y diferenciación competitiva, más allá de ser una simple declaración formal.

C. De interés para directivos y gerentes

Para los directivos, la proyección de estabilidad a bajo nivel en Google Trends no debe interpretarse como una señal de irrelevancia intrínseca de Propósito y Visión, sino como un reflejo de su madurez en el discurso público en línea. La implicación clave es que la

efectividad de la herramienta depende menos de su popularidad externa y más de su *integración interna* y *autenticidad*. La proyección de estabilidad sugiere que la herramienta probablemente seguirá formando parte del léxico y las expectativas de gestión. Por lo tanto, las organizaciones (públicas, privadas, PYMES, multinacionales, ONGs) deben asegurar que su propósito y visión sean claros, comunicados efectivamente, y, sobre todo, que guíen la toma de decisiones y el comportamiento organizacional real. La fiabilidad aceptable a corto plazo de las proyecciones *podría* dar cierta confianza en que no se espera una obsolescencia inminente, pero la necesidad de adaptación contextual (vinculación con prioridades estratégicas actuales) sigue siendo primordial para mantener su valor práctico.

VII. Síntesis y Reflexiones Finales

En síntesis, el análisis del modelo ARIMA(0, 1, 0) ajustado a la serie de Google Trends para Propósito y Visión proyecta una **tendencia de estabilidad** en el interés de búsqueda, manteniéndose constante en un nivel bajo (aproximadamente 31.0) durante el horizonte de pronóstico. Este modelo simple, equivalente a un paseo aleatorio sobre la serie diferenciada, captura la dinámica observada en los años más recientes, donde el interés parece haberse estabilizado tras un largo período de declive histórico. Las métricas de precisión ($RMSE \approx 4.66$, $MAE = 3.5$) sugieren un ajuste aceptable dentro de la muestra, aunque los diagnósticos de residuos indican desviaciones de la normalidad y presencia de heterocedasticidad, aconsejando cautela en la interpretación de la fiabilidad a largo plazo.

Basándose exclusivamente en esta proyección de estabilidad, el Índice de Moda Gerencial (IMG) calculado es extremadamente bajo (0.05), lo que lleva a clasificar la dinámica proyectada como **Práctica Fundamental: Estable (Pura)**. Esta clasificación contrasta con la obtenida al analizar la trayectoria histórica completa ("Patrones Evolutivos / Cíclicos Persistentes: Fase de Erosión Estratégica"), subrayando cómo diferentes ventanas temporales y enfoques analíticos (histórico vs. predictivo basado en el pasado reciente) pueden ofrecer perspectivas distintas sobre la naturaleza de una herramienta gerencial. El modelo ARIMA refleja la inercia de la tendencia más reciente, mientras que el análisis histórico captura la narrativa completa de auge, declive y estabilización.

Las reflexiones críticas apuntan a la naturaleza contingente de las proyecciones ARIMA. Si bien ofrecen un escenario base cuantitativo, su validez depende de la persistencia de las condiciones recientes y de la ausencia de shocks externos significativos, algo que no puede garantizarse dada la demostrada reactividad contextual de la serie. El modelo simple no anticipa cambios estructurales. No obstante, el análisis ARIMA aporta valor al confirmar cuantitativamente la fase de estabilización reciente y al proporcionar una base para evaluar desviaciones futuras. Refuerza la idea de que Propósito y Visión, aunque menos prominente en las búsquedas en línea que en el pasado, mantiene una presencia persistente, más característica de un concepto fundamental maduro que de una moda pasajera, al menos en su comportamiento reciente. Este enfoque predictivo complementa los análisis históricos y contextuales, ofreciendo un marco más completo para comprender la compleja dinámica de las herramientas de gestión en el ecosistema digital y organizacional.

Análisis Estacional

Patrones estacionales en la adopción de Propósito y Visión en Google Trends

I. Direccionamiento en el análisis de patrones estacionales

Este apartado se centra en evaluar la presencia, consistencia y evolución de patrones estacionales en el interés de búsqueda de la herramienta de gestión Propósito y Visión, utilizando los datos descompuestos de Google Trends. A diferencia de los análisis previos, este estudio se enfoca específicamente en los ciclos recurrentes que ocurren dentro de un año calendario. El análisis temporal previo trazó la cronología amplia de la herramienta, identificando un pico inicial seguido de un largo declive y una reciente estabilización. El análisis de tendencias exploró las influencias contextuales externas que podrían haber moldeado esa trayectoria general. El análisis del modelo ARIMA proporcionó proyecciones basadas en la dinámica reciente, sugiriendo una continuación de la estabilidad. Este análisis estacional complementa esas perspectivas al investigar si las fluctuaciones observadas, especialmente en la fase de estabilización reciente, siguen un ritmo predecible a lo largo del año. Busca aislar y cuantificar cualquier componente cíclico intra-anual, explorando su regularidad, intensidad y posibles factores causales, como ciclos de negocio, académicos o comportamientos de búsqueda estacionales. Por ejemplo, mientras el análisis temporal identifica picos históricos y el análisis ARIMA proyecta estabilidad general, este análisis examina si existen picos o valles recurrentes en meses específicos (como un aumento del interés en otoño coincidiendo con ciclos de planificación o una disminución en verano por vacaciones) que aporten una capa adicional de comprensión a la dinámica de Propósito y Visión en el ecosistema digital.

II. Base estadística para el análisis estacional

El fundamento de este análisis reside en los datos derivados de la descomposición de la serie temporal de Google Trends para Propósito y Visión. Este proceso estadístico separa la serie original en sus componentes subyacentes: tendencia (movimiento a largo plazo), estacionalidad (patrones intra-anuales recurrentes) y residuo (variaciones irregulares). La disponibilidad de estos componentes descompuestos, particularmente el factor estacional, proporciona una base cuantitativa rigurosa para examinar específicamente los ciclos que se repiten cada año.

A. Naturaleza y método de los datos

Los datos utilizados para este análisis provienen directamente de los resultados de un procedimiento de descomposición estacional aplicado a la serie temporal mensual de Google Trends para Propósito y Visión, cubriendo el período de marzo de 2015 a febrero de 2025. Los datos proporcionados consisten en los factores estacionales mensuales estimados. Estos factores representan la desviación promedio (aditiva o multiplicativa, según el método específico empleado, que se infiere aditiva por los valores cercanos a cero) del componente de tendencia-ciclo atribuible a cada mes específico del año. Es crucial señalar que los datos muestran factores estacionales *idénticos* que se repiten exactamente cada 12 meses. Esto sugiere fuertemente que se utilizó un método de descomposición (probablemente una descomposición clásica o STL con un componente estacional fijo) que asume o impone un patrón estacional *estable y determinista* a lo largo del período analizado (2015-2025). Las métricas base derivadas de estos factores incluyen la amplitud estacional (diferencia entre el factor mensual más alto y el más bajo), el período estacional (intrínsecamente mensual, con un ciclo anual de 12 meses) y la fuerza o regularidad del patrón identificado. Una descomposición aditiva, como parece ser el caso, revelaría fluctuaciones estacionales en unidades absolutas alrededor de la línea de tendencia; por ejemplo, un factor de +0.23 en septiembre indica que el interés tiende a estar 0.23 unidades (en la escala normalizada de la descomposición) por encima de la tendencia en ese mes.

B. Interpretación preliminar

Un examen preliminar de los factores estacionales proporcionados permite una interpretación inicial de las características del ciclo intra-anual identificado para Propósito y Visión en Google Trends durante 2015-2025.

Componente	Valor (Propósito y Visión en Google Trends, 2015-2025)	Interpretación Preliminar
Amplitud Estacional	Aprox. 0.454 (0.230 - (-0.224))	Indica una magnitud considerable en las fluctuaciones estacionales relativas. La diferencia entre el mes de mayor y menor interés relativo es significativa.
Período Estacional	12 meses	Confirma un ciclo anual claro y predecible en los patrones de interés de búsqueda identificados.
Fuerza Estacional	Alta / Estable (Implícita por método)	La perfecta repetición de los factores sugiere que el método de descomposición identificó un componente estacional fuerte y muy estable.
Regularidad	1.0 (Perfecta en los datos)	El patrón estacional identificado se repite exactamente igual cada año en el periodo analizado, indicando máxima regularidad <i>según el modelo</i> .

La interpretación preliminar sugiere la presencia de un patrón estacional muy marcado y regular en el interés de búsqueda de Propósito y Visión durante la última década. La amplitud de casi medio punto en una escala normalizada indica que las variaciones estacionales no son triviales. La perfecta regularidad, aunque *posiblemente* un artefacto del método de descomposición que asume estabilidad, apunta a un ritmo anual muy consistente en cómo fluctúa el interés público online por este concepto. Una fuerza estacional implícitamente alta podría sugerir que una parte significativa de la variabilidad observada en los datos recientes (la fase de estabilización) *podría* ser atribuible a estos ciclos intra-anuales predecibles.

C. Resultados de la descomposición estacional

Los resultados específicos de la descomposición estacional para Propósito y Visión en Google Trends (basados en los factores proporcionados para 2015-2025) revelan un patrón anual claro y consistente. El componente estacional aislado muestra picos y valles recurrentes en los mismos meses cada año. Los meses con mayor interés relativo (picos estacionales) son consistentemente **septiembre** (factor +0.230), seguido por **febrero** (+0.164) y **octubre** (+0.153). Por el contrario, los meses con el menor interés relativo (valles estacionales) son **diciembre** (factor -0.224) y **julio** (-0.192), con **junio** (-0.156)

también mostrando un interés significativamente bajo. La **amplitud estacional total**, calculada como la diferencia entre el factor más alto (septiembre) y el más bajo (diciembre), es de aproximadamente 0.454 unidades. Esta amplitud indica que la diferencia en el nivel de interés de búsqueda relativo entre el mes pico y el mes valle es sustancial. La **fuerza estacional**, aunque no cuantificada directamente como proporción de varianza, se infiere como alta y estable debido a la perfecta repetición anual de estos factores en los datos proporcionados, lo que sugiere que el método de descomposición atribuyó una influencia significativa y constante a la estacionalidad durante este período. El **período estacional** es claramente de 12 meses.

III. Análisis cuantitativo de patrones estacionales

Este apartado profundiza en la cuantificación y caracterización de los patrones estacionales identificados en el interés de búsqueda de Propósito y Visión en Google Trends, utilizando métricas específicas para describir su recurrencia, consistencia, intensidad y evolución.

A. Identificación y cuantificación de patrones recurrentes

El análisis de los factores estacionales proporcionados revela un patrón intra-anual muy claro y recurrente. Se identifica un ciclo anual dominante (12 meses). Dentro de este ciclo, los picos de interés relativo ocurren consistentemente en **septiembre** (magnitud promedio del factor estacional: +0.230), con picos secundarios en **febrero** (+0.164) y **octubre** (+0.153). Estos picos sugieren períodos del año donde la búsqueda de información sobre Propósito y Visión tiende a ser más alta que la tendencia subyacente. Los valles, o puntos de menor interés relativo, se localizan consistentemente en **diciembre** (magnitud promedio: -0.224) y **julio** (magnitud promedio: -0.192). Estos meses representan períodos donde el interés de búsqueda tiende a caer por debajo de la tendencia. La duración de estos picos y valles es de un mes, dado que los datos son mensuales. La magnitud promedio de la fluctuación estacional total (amplitud pico-valle) es de aproximadamente 0.454 unidades, lo cual es significativo en el contexto de la escala de la serie. Este patrón recurrente, con un pico principal al inicio del otoño (hemisferio norte) y valles en pleno verano e invierno, *podría* reflejar ciclos relacionados con la planificación académica y empresarial o con patrones generales de comportamiento de búsqueda online influenciados por vacaciones y festividades.

B. Consistencia de los patrones a lo largo de los años

La consistencia de los patrones estacionales identificados para Propósito y Visión en Google Trends, según los datos proporcionados (2015-2025), es **perfecta**. Los factores estacionales para cada mes son idénticos año tras año. Por ejemplo, el factor para septiembre es siempre +0.230, y para diciembre es siempre -0.224 en todos los años cubiertos por los datos de descomposición. Esta consistencia absoluta implica que tanto la amplitud (la diferencia entre picos y valles) como el *momento* (los meses específicos en que ocurren) del patrón estacional identificado no varían en absoluto durante este período. Si bien esta perfecta estabilidad *podría* ser una simplificación impuesta por el método de descomposición utilizado (que puede asumir un componente estacional fijo), indica que, según este análisis, el ritmo anual del interés de búsqueda ha sido extremadamente regular y predecible en la última década. Una consistencia tan alta sugiere que los factores subyacentes que impulsan esta estacionalidad (sean ciclos de planificación, académicos o de comportamiento general) han operado de manera muy estable durante este tiempo.

C. Análisis de períodos pico y valle

Profundizando en los períodos clave del ciclo estacional: * **Pico Principal (Septiembre)**: El interés relativo alcanza su máximo anual en septiembre (factor +0.230). Este mes marca típicamente el inicio del año académico en muchas regiones y *podría* coincidir con el comienzo de ciclos intensivos de planificación estratégica o presupuestaria en las organizaciones tras el período estival. La magnitud del pico sugiere un aumento notable en las búsquedas relacionadas con Propósito y Visión durante este tiempo. * **Picos Secundarios (Febrero y Octubre)**: Febrero (+0.164) y octubre (+0.153) también muestran un interés relativo elevado. Febrero *podría* relacionarse con el inicio del año calendario para muchas empresas y la puesta en marcha de planes estratégicos. Octubre, siguiendo a septiembre, *podría* representar una continuación de la actividad de planificación o el inicio del segundo trimestre académico. * **Valle Principal (Diciembre)**: El interés relativo cae a su mínimo anual en diciembre (factor -0.224). Este mes está universalmente asociado con festividades de fin de año y vacaciones en muchas culturas y sectores, lo que *podría* llevar a una disminución general de las búsquedas relacionadas con el trabajo y la estrategia. * **Valle Secundario (Julio)**: Julio (-0.192) también muestra un interés muy bajo. Coincide con el pico del verano en el hemisferio

norte, un período común de vacaciones tanto en el ámbito empresarial como académico, lo que *podría* explicar la reducción en las búsquedas. Junio (-0.156) también forma parte de este período de bajo interés estival.

Estos picos y valles definen un ritmo anual claro, con un interés más alto al inicio del otoño y a principios de año, y más bajo durante los meses centrales del verano y al final del año.

D. Índice de Intensidad Estacional (IIE)

El Índice de Intensidad Estacional (IIE) busca medir la magnitud relativa de las fluctuaciones estacionales en comparación con el nivel promedio general de la serie. Una forma de calcularlo es relacionar la amplitud estacional (pico-valle) con la media general de la serie. Usando la amplitud estacional calculada (≈ 0.454) y la media general histórica de la serie completa de Google Trends (46.01, del análisis temporal), el IIE sería muy bajo ($0.454 / 46.01 \approx 0.01$), lo cual es engañoso porque la media histórica está inflada por los altos valores iniciales. Una comparación más relevante es con la media de los últimos años, donde la serie se ha estabilizado. Usando la media de los últimos 5 años (31.23, del análisis temporal), el IIE sería $0.454 / 31.23 \approx 0.015$. Aún bajo.

Sin embargo, si interpretamos la intensidad como la *amplitud de la oscilación estacional en relación con la variabilidad general reciente*, podemos considerar la amplitud (0.454) en el contexto de la desviación estándar reciente (5.57 para los últimos 5 años). La amplitud es casi una décima parte de la desviación estándar, lo que no es despreciable. Cualitativamente, una amplitud de 0.454 unidades en una escala donde los valores recientes rondan los 30 puntos implica que la diferencia entre el mes de mayor y menor interés relativo puede representar aproximadamente un 1.5% del nivel promedio reciente ($0.454 / 31 \approx 1.5\%$). Aunque numéricamente pequeño en términos relativos al nivel, el patrón es muy claro y regular. Por lo tanto, la intensidad *podría* describirse como **moderada pero muy definida**. Los picos y valles son claramente discernibles y consistentes, aunque su magnitud absoluta no represente una fracción enorme del nivel medio reciente.

E. Índice de Regularidad Estacional (IRE)

El Índice de Regularidad Estacional (IRE) evalúa la consistencia de los patrones estacionales año tras año. Se calcula como la proporción de años en el período analizado (2015-2025) en los que los picos y valles ocurren en los mismos meses. Dado que los factores estacionales proporcionados son *idénticos* para cada año, los picos (Sep, Feb, Oct) y valles (Dic, Jul, Jun) ocurren exactamente en los mismos meses durante los 10 años cubiertos. Por lo tanto, el IRE es **1.0** (o 100%). Este valor máximo indica una **regularidad perfecta** en el patrón estacional *identificado por el método de descomposición*. Refleja una estacionalidad extremadamente consistente y predecible para Propósito y Visión en Google Trends durante la última década, según este análisis. Esta alta regularidad sugiere que los mecanismos subyacentes que impulsan el ciclo anual han sido muy estables en este período.

F. Tasa de Cambio Estacional (TCE)

La Tasa de Cambio Estacional (TCE) mide si la intensidad o fuerza del patrón estacional ha aumentado o disminuido con el tiempo. Se calcula evaluando el cambio en la fuerza estacional (por ejemplo, la varianza o amplitud del componente estacional) a lo largo del período. Dado que los factores estacionales proporcionados son *constantes* desde 2015 hasta 2025, la amplitud estacional (pico-valle) y la magnitud de los factores individuales no cambian. Por lo tanto, la Fuerza Estacional Inicial es igual a la Fuerza Estacional Final en este conjunto de datos. La $TCE = (\text{Fuerza Final} - \text{Fuerza Inicial}) / \text{Número de Años}$ = $0 / 10 = 0$. Este valor de cero indica que **no hay evidencia de cambio** en la intensidad del patrón estacional identificado durante el período 2015-2025. La estacionalidad, tal como fue estimada, no se ha intensificado ni debilitado; ha permanecido estable.

G. Evolución de los patrones en el tiempo

El análisis de la evolución de los patrones estacionales, basado en los índices IRE (1.0) y TCE (0), concluye que el patrón estacional identificado para Propósito y Visión en Google Trends ha sido **notablemente estable** durante el período 2015-2025. No se observan cambios significativos ni en la *forma* del ciclo anual (los meses de picos y valles permanecen constantes) ni en su *intensidad* (la amplitud de las fluctuaciones se mantiene igual). Esta estabilidad del componente estacional contrasta con la dinámica de

la tendencia subyacente, que experimentó un fuerte declive histórico antes de estabilizarse en este mismo período. Sugiere que, mientras el nivel general de interés cambiaba drásticamente, el ritmo anual de fluctuaciones alrededor de ese nivel ha sido muy consistente en la última década. Esta estabilidad del patrón estacional es un hallazgo importante, ya que implica un grado de predictibilidad en las variaciones intra-anuales del interés de búsqueda.

IV. Análisis de factores causales potenciales

Explorar las posibles causas detrás del patrón estacional observado (pico en Sep/Oct/Feb, valle en Dic/Jul/Jun) requiere considerar factores cíclicos externos que *podrían* influir en el comportamiento de búsqueda relacionado con Propósito y Visión. Se utiliza un lenguaje cauteloso, sugiriendo posibles vínculos sin afirmar causalidad directa.

A. Influencias del ciclo de negocio

Los ciclos económicos generales (auge/recesión) operan en escalas temporales más largas que un año y es menos probable que expliquen directamente la estacionalidad mensual. Sin embargo, los **ciclos operativos y de planificación** dentro de las empresas sí tienen un ritmo anual. El pico de interés en septiembre y octubre *podría* coincidir con el inicio de los procesos de planificación estratégica y presupuestación para el siguiente año fiscal en muchas organizaciones. Febrero *podría* relacionarse con la finalización de informes anuales y el lanzamiento de iniciativas del nuevo año. Los valles en julio y diciembre *podrían* corresponder a períodos de menor actividad estratégica debido a vacaciones de verano e invierno, respectivamente. La regularidad del patrón estacional ($IRE=1.0$) sugiere que estos ciclos internos de negocio *podrían* ser un motor consistente del interés de búsqueda.

B. Factores industriales potenciales

Si bien Propósito y Visión es una herramienta general, ciertos sectores *podrían* tener ciclos específicos que influyan en el patrón agregado. Por ejemplo, el sector educativo tiene un ciclo anual muy marcado. El pico de septiembre coincide claramente con el inicio del año académico en el hemisferio norte, momento en que estudiantes y académicos *podrían* investigar más sobre conceptos fundamentales de estrategia. Otros

sectores *podrían* tener temporadas altas o bajas que influyan indirectamente en la necesidad de reflexión estratégica (ej., el comercio minorista enfocado en la temporada navideña en diciembre, lo que *podría* contribuir al valle en ese mes). Sin embargo, identificar una influencia industrial específica dominante para una herramienta tan general es complejo sin datos sectoriales.

C. Factores externos de mercado

Las tendencias generales del mercado o cambios sociales *podrían* tener influencia, aunque es más difícil vincularlos a un patrón mensual específico. Factores como el comportamiento general de uso de internet *podrían* jugar un rol: es conocido que la actividad online general tiende a disminuir durante períodos vacacionales (verano, fin de año), lo que *podría* contribuir a los valles observados en julio y diciembre. Campañas de marketing o eventos mediáticos recurrentes relacionados con liderazgo o estrategia *podrían* teóricamente influir, pero no hay evidencia directa de ello en los datos. La estabilidad del patrón ($TCE=0$) sugiere que factores externos disruptivos o muy cambiantes no han alterado significativamente este ritmo anual en la última década.

D. Influencias de Ciclos Organizacionales

Este punto se solapa significativamente con el ciclo de negocio (IV.A) pero enfatiza los ritmos internos de las organizaciones. Los **ciclos presupuestarios y de planificación estratégica** son los candidatos más probables para explicar los picos de otoño (Sep/Oct) y principios de año (Feb). Muchas organizaciones definen sus objetivos y planes en estos períodos. Los **ciclos de evaluación del desempeño** anual o semestral *podrían* también generar reflexiones sobre la alineación con la visión. Los **ciclos de contratación y formación**, especialmente para roles de liderazgo, *podrían* impulsar búsquedas en ciertos momentos del año. Los valles en verano y diciembre coinciden con períodos donde la actividad operativa *podría* reducirse o enfocarse en tareas diferentes a la planificación estratégica a largo plazo, debido a vacaciones o cierres de fin de año. La alta regularidad ($IRE=1.0$) apoya la hipótesis de que estos ciclos organizacionales internos, al ser bastante estandarizados, generan un patrón de búsqueda predecible.

V. Implicaciones de los patrones estacionales

La identificación de un patrón estacional claro, intenso y regular en el interés de búsqueda de Propósito y Visión tiene varias implicaciones prácticas y analíticas.

A. Estabilidad de los patrones para pronósticos

La alta regularidad ($IRE=1.0$) y estabilidad ($TCE=0$) del patrón estacional identificado sugieren que este componente es muy predecible. Incorporar esta estacionalidad en modelos de pronóstico (como un modelo SARIMA, que incluye términos estacionales, a diferencia del ARIMA(0,1,0) simple usado previamente) *podría* mejorar significativamente la precisión de las predicciones a corto plazo (mensual, trimestral). Mientras el modelo ARIMA proyectaba una línea plana, un modelo SARIMA capturaría las subidas y bajadas esperadas alrededor de esa línea base, ofreciendo un pronóstico más realista de las fluctuaciones intra-anuales. La estabilidad del patrón ($TCE=0$) da confianza en que este componente estacional seguirá siendo relevante en el futuro cercano, fortaleciendo la fiabilidad de los pronósticos ajustados estacionalmente.

B. Componentes de tendencia vs. estacionales

Comparando la fuerza de la estacionalidad con la tendencia general, observamos un contraste interesante. Históricamente (pre-2015), la tendencia de declive fue el factor dominante. Sin embargo, en el período más reciente (2015-2025), donde la tendencia subyacente se ha estabilizado a un nivel bajo, el componente estacional parece explicar una parte significativa de la *variabilidad restante*. La amplitud estacional (≈ 0.45) es notable en comparación con la desviación estándar reciente (≈ 5.57), aunque no dominante. Esto sugiere que, en la fase actual de madurez/estabilización, la dinámica de Propósito y Visión en Google Trends está influenciada tanto por el nivel base estable (tendencia) como por fluctuaciones cíclicas predecibles (estacionalidad). La estacionalidad es un motor clave de la variabilidad *mensual*, mientras que la tendencia (o su ausencia reciente) define el nivel *general*.

C. Impacto en estrategias de adopción

El patrón estacional identificado puede informar las estrategias relacionadas con la promoción, discusión o implementación de iniciativas vinculadas a Propósito y Visión. Los picos de interés relativo en septiembre/octubre y febrero *podrían* representar ventanas de oportunidad, momentos en que el público (incluyendo profesionales, estudiantes) está buscando activamente información y *podría* ser más receptivo a contenidos, formación o discusiones sobre el tema. Por el contrario, los valles de julio y diciembre *podrían* indicar períodos de menor interés o atención, donde las iniciativas de comunicación o implementación *podrían* tener menos impacto o requerir un esfuerzo mayor para captar la atención. Comprender este ritmo anual permite alinear mejor las acciones con los ciclos naturales de interés del público objetivo.

D. Significación práctica

La presencia de una estacionalidad moderadamente intensa (amplitud notable) y muy regular ($IRE=1.0$) tiene significación práctica. Indica que el interés en Propósito y Visión no es constante a lo largo del año, sino que sigue un patrón predecible. Esto influye en cómo se deben interpretar las métricas de interés mes a mes: una caída en julio o diciembre *podría* ser simplemente un efecto estacional esperado, no necesariamente una señal de declive estructural. La estabilidad del patrón ($TCE=0$) sugiere que este conocimiento es actualmente fiable para la planificación. Para las organizaciones, esto *podría* significar que las discusiones o revisiones del propósito y la visión pueden ser más fructíferas si se alinean con los picos de interés estacional, aprovechando una mayor receptividad o relevancia percibida en esos momentos.

VI. Narrativa interpretativa de la estacionalidad

Integrando los hallazgos cuantitativos, emerge una narrativa clara sobre la estacionalidad del interés de búsqueda en Propósito y Visión en Google Trends durante la última década (2015-2025). El análisis revela una **estacionalidad anual pronunciada, consistente y estable**. El patrón dominante se caracteriza por picos de interés relativo en **septiembre, octubre y febrero**, y valles significativos en **diciembre y julio**. La intensidad de esta

fluctuación es moderada pero claramente definida ($\text{Amplitud} \approx 0.45$), y su regularidad es perfecta ($\text{IRE}=1.0$) según los datos analizados, manteniéndose estable en el tiempo ($\text{TCE}=0$).

Los factores causales más plausibles para este patrón parecen ser los **ciclos organizacionales y académicos**. Los picos de otoño (Sep/Oct) coinciden fuertemente con el inicio del año académico y los períodos clave de planificación estratégica y presupuestaria en muchas empresas. El pico de febrero *podría* estar ligado al arranque del año fiscal/calendario y la implementación de planes. Los valles de verano (Jul) y fin de año (Dec) coinciden con períodos vacacionales generalizados, donde la actividad estratégica y las búsquedas relacionadas tienden a disminuir.

Esta estacionalidad aporta una dimensión cíclica crucial para comprender la dinámica reciente de Propósito y Visión. Complementa los análisis previos al mostrar que, sobre la tendencia general de estabilización a bajo nivel identificada en los análisis Temporal y ARIMA, existen fluctuaciones intra-anuales predecibles. Estos ciclos regulares *podrían* explicar parte de la "reactividad contextual" (IRC alto) identificada en el análisis de tendencias, sugiriendo que parte de esa reactividad es, de hecho, una respuesta predecible a ciclos anuales recurrentes. La estabilidad de este patrón estacional ($\text{TCE}=0$) contrasta con la dramática tendencia de declive histórico, sugiriendo que los factores que impulsan el ritmo anual son diferentes y más estables que aquellos que impulsaron la caída del interés general en el pasado. En esencia, la narrativa es que el interés online en Propósito y Visión, aunque estabilizado a un nivel bajo, "respira" con un ritmo anual predecible, probablemente impulsado por los ciclos inherentes al mundo académico y empresarial.

VII. Implicaciones Prácticas

Las conclusiones del análisis estacional ofrecen perspectivas útiles para distintas audiencias interesadas en la dinámica de Propósito y Visión.

A. De interés para académicos e investigadores

La estacionalidad marcada y regular ($\text{IRE}=1.0$) invita a investigar con mayor profundidad las causas específicas de este patrón: ¿Es predominantemente un reflejo del ciclo académico, del ciclo de planificación empresarial, o de patrones generales de búsqueda

online? Estudios comparativos entre países con diferentes calendarios académicos o fiscales *podrían* arrojar luz. La interacción entre esta estacionalidad estable y la tendencia general (históricamente decreciente, recientemente estable) es otra área de interés. ¿Cómo afectan los factores contextuales de largo plazo (identificados en el análisis de tendencias) a la amplitud o fase de este ciclo estacional, si es que lo hacen (más allá de lo capturado por el método de descomposición)? La estabilidad del patrón ($TCE=0$) también plantea preguntas sobre la resiliencia de estos ciclos anuales frente a posibles futuras disruptiones.

B. De interés para asesores y consultores

El conocimiento del patrón estacional ofrece una guía práctica para la temporización de actividades. Los picos de interés en septiembre/octubre y febrero representan momentos potencialmente más oportunos para lanzar campañas de marketing de contenidos, ofrecer seminarios web, o iniciar proyectos de consultoría relacionados con la definición o revitalización del propósito y la visión, ya que la audiencia *podría* estar más receptiva. La intensidad moderada (interpretación del IIE) sugiere que, aunque el efecto no sea masivo, es discernible. La alta regularidad ($IRE=1.0$) permite planificar estas acciones con confianza en el patrón. Comprender que los valles de julio y diciembre son estacionales puede ayudar a gestionar las expectativas de respuesta o interés durante esos períodos.

C. De interés para directivos y gerentes

Para los líderes organizacionales, la principal implicación es la predictibilidad de las fluctuaciones intra-anuales en la atención externa (online) hacia Propósito y Visión. Esto ayuda a interpretar correctamente los datos de interés o las métricas de comunicación: una disminución en verano no necesariamente indica un problema estratégico. Más importante aún, sugiere que los momentos de planificación interna (otoño, inicio de año), que coinciden con los picos de interés externo, son momentos naturales y potencialmente efectivos para revisar, comunicar y reforzar el propósito y la visión de la organización. La estabilidad del patrón ($TCE=0$) sugiere que estos ciclos son actualmente una característica fiable del entorno informativo en el que operan.

VIII. Síntesis y reflexiones finales

En conclusión, el análisis del componente estacional de Google Trends para Propósito y Visión revela la existencia de un **patrón anual claro, moderadamente intenso, y extremadamente regular y estable** durante el período 2015-2025. Este ciclo se caracteriza por picos de interés relativo en los meses de otoño (septiembre, octubre) y principios de año (febrero), y valles pronunciados en verano (julio) y fin de año (diciembre). La regularidad perfecta ($IRE=1.0$) y la ausencia de cambio en la intensidad a lo largo del tiempo ($TCE=0$), según los datos de descomposición proporcionados, sugieren que este ritmo anual es una característica muy consistente y predecible de la dinámica reciente del interés de búsqueda en esta herramienta.

Estos hallazgos enriquecen significativamente la comprensión obtenida de los análisis previos. Añaden una capa de granularidad cíclica a la narrativa de declive histórico y estabilización reciente (Análisis Temporal y ARIMA), mostrando que incluso dentro de la estabilidad, existen fluctuaciones intra-anuales significativas. Parte de la reactividad contextual identificada previamente (Análisis de Tendencias) *podría* atribuirse a estas respuestas predecibles a ciclos anuales (académicos, empresariales, vacacionales). La estabilidad de este patrón estacional contrasta con la volatilidad histórica de la tendencia, sugiriendo que diferentes tipos de factores (cíclicos vs. estructurales) operan en distintas escalas temporales.

La reflexión crítica principal se centra en la perfecta estabilidad y regularidad observadas, que *podrían* ser parcialmente un artefacto del método de descomposición que asume un componente estacional fijo. Sin embargo, incluso si el método impone cierta rigidez, la clara identificación de este patrón y su alineación plausible con ciclos externos conocidos (académicos, empresariales) le otorgan validez interpretativa. La estacionalidad, por tanto, emerge como una dimensión clave, aunque a menudo subestimada, para comprender la dinámica completa de cómo herramientas gerenciales fundamentales como Propósito y Visión interactúan con su entorno y mantienen su relevancia a través de ritmos predecibles en la atención pública online. Este análisis subraya la importancia de considerar múltiples componentes temporales (tendencia, ciclo, estacionalidad) para una evaluación exhaustiva.

Análisis de Fourier

Patrones cíclicos plurianuales de Propósito y Visión en Google Trends: Un enfoque de Fourier

I. Direccionamiento en el análisis de patrones cíclicos

Este análisis se enfoca en la identificación y cuantificación de patrones cíclicos plurianuales en el interés de búsqueda de la herramienta de gestión Propósito y Visión, utilizando datos de Google Trends procesados mediante análisis de Fourier. El objetivo es evaluar la significancia, periodicidad y robustez de estos ciclos de largo plazo, complementando los análisis previos realizados en esta investigación doctoral. Mientras que el análisis temporal detalló la cronología histórica, el análisis de tendencias exploró factores contextuales, el análisis ARIMA ofreció proyecciones basadas en la dinámica reciente y el análisis estacional se centró en ciclos intra-anuales, este estudio utiliza la descomposición espectral para revelar oscilaciones recurrentes que operan en escalas de varios años. La metodología de Fourier permite descomponer la serie temporal en sus componentes de frecuencia constituyentes, identificando las periodicidades que contribuyen significativamente a la varianza total y evaluando su fuerza (amplitud o magnitud). Este enfoque busca aportar una perspectiva adicional sobre la naturaleza comportamental de Propósito y Visión, investigando si su trayectoria en Google Trends, más allá de la tendencia general y la estacionalidad anual, exhibe ritmos inherentes o respuestas cíclicas a factores externos de mayor duración. Por ejemplo, mientras el análisis estacional detecta picos anuales consistentes en septiembre, este análisis podría revelar si ciclos subyacentes de, digamos, 4 o 10 años, también modulan el interés público online por Propósito y Visión, *posiblemente* vinculados a ciclos económicos más amplios o a olas de renovación estratégica en el pensamiento gerencial.

II. Evaluación de la fuerza de los patrones cíclicos

La evaluación de la fuerza y características de los patrones cíclicos plurianuales se basa en la interpretación rigurosa de los resultados del análisis de Fourier aplicado a la serie de Google Trends para Propósito y Visión. Este enfoque permite cuantificar la contribución relativa de diferentes periodicidades a la dinámica general de la serie.

A. Base estadística del análisis cíclico

La base estadística para este análisis la proporcionan los resultados de la Transformada de Fourier aplicada a la serie temporal de Google Trends para Propósito y Visión. Estos resultados se presentan como un espectro de frecuencias, donde a cada frecuencia (*frequency*) se le asocia una magnitud (*magnitude*). La frecuencia indica la rapidez de la oscilación (en ciclos por unidad de tiempo, probablemente meses en este contexto), y su inversa ($1/frequency$) representa el período del ciclo (en meses). La magnitud cuantifica la amplitud o fuerza de la componente cíclica en esa frecuencia específica; magnitudes mayores indican ciclos más influyentes. El componente de frecuencia cero (componente DC, $f=0$) representa el valor medio de la serie a lo largo del tiempo (magnitud 10083.0), reflejando el nivel general de interés histórico. Las frecuencias distintas de cero representan las componentes oscilatorias. La potencia espectral, proporcional al cuadrado de la magnitud, mide la energía o varianza asociada a cada frecuencia. El análisis se centra en identificar las frecuencias (y sus períodos correspondientes) con magnitudes significativamente altas, especialmente aquellas que corresponden a ciclos plurianuales (períodos mayores a 12 meses), distinguiéndolos del ruido de fondo (frecuencias con baja magnitud) y de los ciclos puramente estacionales (período de 12 meses y sus armónicos, como 6 y 4 meses). Una magnitud elevada en una frecuencia específica, por ejemplo, 563.68 en $f=0.00833$ (período de 10 años), sugiere una oscilación decenal relativamente fuerte en los datos de interés de búsqueda para Propósito y Visión.

B. Identificación de ciclos dominantes y secundarios

Examinando el espectro de magnitudes proporcionado, y excluyendo el componente DC ($f=0$) y los ciclos claramente estacionales o sus armónicos (como $f=0.0833$, período 1 año, Mag=402.98; $f=0.1667$, período 6 meses, Mag=836.85; $f=0.25$, período 4 meses, Mag=393.01), se identifican los siguientes ciclos plurianuales potencialmente significativos por su magnitud:

1. **Ciclo Dominante Plurianual:** La frecuencia $f \approx 0.008333$ ciclos/mes presenta una magnitud considerable de **563.68**. Esto corresponde a un período de $T = 1 / 0.008333 \approx 120$ meses, es decir, un ciclo de aproximadamente **10 años**. Esta es la componente plurianual con mayor magnitud identificada en el espectro, sugiriendo que una oscilación decenal *podría* ser el patrón cíclico de largo plazo más influyente en la dinámica del interés de búsqueda por Propósito y Visión.
2. **Ciclo Secundario Plurianual:** La frecuencia $f \approx 0.020833$ ciclos/mes tiene una magnitud notable de **401.25**. Esto corresponde a un período de $T = 1 / 0.020833 \approx 48$ meses, es decir, un ciclo de aproximadamente **4 años**. Aunque su magnitud es menor que la del ciclo decenal, sigue siendo una de las más altas entre las frecuencias no estacionales, sugiriendo una posible oscilación secundaria relevante con una periodicidad de medio plazo.
3. **Otros Ciclos Potenciales:** También se observan magnitudes significativas en frecuencias correspondientes a períodos de aproximadamente **6.7 años** ($f=0.0125$, Mag=361.46) y **3.3 años** ($f=0.025$, Mag=354.19). Estos *podrían* representar otros componentes cíclicos o armónicos de los ciclos principales.

La presencia de estos ciclos, especialmente el decenal y el cuatrienal, sugiere que el interés en Propósito y Visión, medido por Google Trends, *podría* no solo seguir una tendencia general y una estacionalidad anual, sino también fluctuar con ritmos plurianuales discernibles. La fuerza relativa de estos ciclos (indicada por sus magnitudes) sugiere que el ciclo de 10 años es el más prominente entre las oscilaciones de largo plazo.

C. Índice de Fuerza Cíclica Total (IFCT)

El Índice de Fuerza Cíclica Total (IFCT) busca cuantificar la intensidad global de los ciclos plurianuales identificados en relación con el nivel promedio reciente de la serie. Mide si la amplitud combinada de estas oscilaciones de largo plazo es significativa en comparación con el interés base. Adaptando la metodología propuesta, se calcula sumando las magnitudes de los ciclos plurianuales significativos (aquellos con magnitudes relativamente altas y períodos > 1 año) y dividiendo por la media anual reciente. Considerando los dos ciclos plurianuales más prominentes (10 años y 4 años):

$$\text{IFCT} \approx (\text{Magnitud Ciclo 10 años} + \text{Magnitud Ciclo 4 años}) / \text{Media Últimos 5 Años}$$

$$\text{IFCT} \approx (563.68 + 401.25) / 31.23 \quad \text{IFCT} \approx 964.93 / 31.23 \approx \mathbf{30.90}$$

Este valor de IFCT es extremadamente alto (muy superior a 1). Indica que la suma de las amplitudes de los principales ciclos plurianuales identificados (10 y 4 años) es sustancialmente mayor que el nivel promedio de interés observado en los últimos 5 años. Esta interpretación debe tomarse con extrema cautela, ya que las magnitudes de Fourier no representan directamente la amplitud pico a pico en la serie original sin una normalización adecuada y consideración de la fase. Sin embargo, un IFCT tan elevado sugiere fuertemente que las componentes cíclicas plurianuales, tal como las captura el análisis de Fourier, tienen una fuerza intrínseca muy considerable y podrían representar una parte muy significativa de la dinámica observada, potencialmente dominando las fluctuaciones alrededor de la tendencia a largo plazo. Sugiere que el interés en Propósito y Visión es altamente sensible a factores que operan en ciclos de varios años.

D. Índice de Regularidad Cíclica Compuesta (IRCC)

El Índice de Regularidad Cíclica Compuesta (IRCC) tiene como objetivo evaluar la consistencia y claridad conjunta de los ciclos dominantes identificados. Una alta regularidad implicaría que estos ciclos son predecibles y bien definidos en el espectro. Dada la ausencia de una métrica directa de SNR o de un análisis de la forma del pico espectral, se realiza una evaluación cualitativa basada en la prominencia relativa de las magnitudes. El ciclo de 10 años (Mag=563.68) y el de 4 años (Mag=401.25) tienen magnitudes elevadas en comparación con muchas otras frecuencias no estacionales de bajo nivel (magnitudes < 100). Sin embargo, también existen otros picos notables (ej., 6.7 años, 3.3 años) y los fuertes picos estacionales (1 año, 6 meses, 4 meses). El espectro no

parece estar dominado exclusivamente por uno o dos ciclos plurianuales perfectamente aislados. Esto *podría* sugerir una regularidad moderada. Los ciclos plurianuales son detectables y fuertes, pero coexisten con otras componentes significativas (especialmente estacionales) y ruido de fondo. Asignando un valor cualitativo, el IRCC *podría* estimarse como **moderado (quizás en el rango 0.5 - 0.7)**. Indica que los ciclos plurianuales son discernibles y relativamente consistentes, pero no tan perfectamente regulares o dominantes como para eclipsar completamente otras dinámicas en la serie.

E. Tasa de Evolución Cíclica (TEC)

Como se indicó en el proceso de pensamiento, el cálculo de la Tasa de Evolución Cíclica (TEC) requiere comparar la fuerza de los ciclos en diferentes momentos del tiempo (ej., primera mitad vs. segunda mitad de la serie). El análisis de Fourier proporcionado es un espectro global para toda la serie temporal y no permite esta comparación temporal. Por lo tanto, siguiendo las instrucciones, **esta subsección se omite**.

III. Análisis contextual de los ciclos

Este apartado explora posibles factores externos cuyos propios ciclos *podrían* coincidir temporalmente con los ciclos plurianuales identificados (aproximadamente 10 y 4 años) en el interés de búsqueda de Propósito y Visión en Google Trends. Se busca sugerir posibles conexiones contextuales, manteniendo un lenguaje cauteloso y probabilístico.

A. Factores del entorno empresarial

Los ciclos económicos más amplios *podrían* influir. El ciclo de aproximadamente **10 años** identificado *podría* tener alguna resonancia con ciclos económicos de más largo plazo, como los ciclos de inversión en capital fijo o ciclos de crédito, aunque la correspondencia exacta es difícil de establecer sin un análisis económico detallado. Períodos de recuperación económica robusta o fases de expansión prolongada, que *podrían* ocurrir aproximadamente cada década, *podrían* incentivar a las organizaciones a revisar o reafirmar su propósito y visión a largo plazo, impulsando el interés de búsqueda. El ciclo de **4 años** *podría* estar más relacionado con ciclos empresariales de medio plazo, como los ciclos de inventarios o ciclos políticos/electorales que afectan la confianza

empresarial y las decisiones de inversión estratégica cada pocos años. Por ejemplo, un cambio de gobierno o un nuevo ciclo regulatorio *podría* estimular una reevaluación estratégica cada 4-5 años.

B. Relación con patrones de adopción tecnológica

La tecnología, especialmente en el ámbito de la gestión y la estrategia, evoluciona en olas. El ciclo de **4 años** *podría* coincidir con la aparición o adopción generalizada de nuevas herramientas o plataformas tecnológicas que impactan la planificación estratégica (ej., software de gestión del rendimiento, plataformas de análisis de datos, herramientas de colaboración). La necesidad de integrar Propósito y Visión con estas nuevas tecnologías o de redefinir la visión en un contexto tecnológico cambiante *podría* generar picos de interés cada pocos años. El ciclo más largo de **10 años** *podría* reflejar olas tecnológicas más fundamentales o cambios generacionales en las herramientas de gestión dominantes, donde enfoques más antiguos (como la formulación tradicional de misión/visión) ven resurgir el interés o son reevaluados frente a paradigmas completamente nuevos que emergen aproximadamente cada década.

C. Influencias específicas de la industria

Si bien Propósito y Visión es una herramienta transversal, ciertos sectores *podrían* tener dinámicas cíclicas propias que contribuyan al patrón agregado. Por ejemplo, sectores sujetos a ciclos regulatorios largos (como el farmacéutico o el financiero) *podrían* experimentar revisiones estratégicas profundas en ciclos de **~10 años**. Industrias con ciclos de producto o innovación más cortos (como la tecnología de consumo) *podrían* contribuir al ciclo de **~4 años** a medida que las empresas reajustan su visión para nuevos lanzamientos o cambios de mercado. Eventos industriales importantes (grandes fusiones y adquisiciones, cambios estructurales en la competencia) que ocurren con cierta periodicidad plurianual *podrían* también desencadenar oleadas de interés en la redefinición del propósito y la visión.

D. Factores sociales o de mercado

Las tendencias sociales y las expectativas del mercado también evolucionan, a menudo en ciclos plurianuales. El ciclo de **~10 años** *podría* reflejar cambios generacionales en los valores laborales o en las expectativas de los consumidores sobre el rol social de las

empresas (ej., el auge del "propósito corporativo" o ESG en la última década *podría* ser parte de un ciclo más largo de redefinición del propósito). El ciclo de **~4 años** *podría* estar influenciado por tendencias en la consultoría de gestión o por campañas de marketing de grandes firmas que promueven ciertos enfoques estratégicos con una periodicidad de medio plazo para mantener la novedad y la relevancia percibida. Cambios en el discurso académico o la publicación de libros influyentes sobre estrategia, que a menudo ocurren en oleadas, *podrían* también contribuir a estos ciclos plurianuales.

IV. Implicaciones de las tendencias cíclicas

La identificación de ciclos plurianuales, principalmente uno dominante de aproximadamente 10 años y uno secundario de 4 años, en el interés de búsqueda de Propósito y Visión en Google Trends, tiene implicaciones significativas para comprender su dinámica a largo plazo, su predictibilidad y su interacción con el entorno.

A. Estabilidad y evolución de los patrones cíclicos

La presencia de ciclos plurianuales detectables ($IFCT > 30$ sugiere fuerza combinada considerable; IRCC moderado sugiere cierta regularidad) indica que la dinámica de Propósito y Visión no es puramente tendencial o aleatoria, sino que posee componentes oscilatorios de largo plazo. La fuerza del ciclo de 10 años sugiere una influencia estructural significativa que opera a lo largo de décadas. La coexistencia con un ciclo de 4 años indica una dinámica más compleja con interacciones en diferentes escalas temporales. La regularidad moderada (IRCC estimado 0.5-0.7) implica que, aunque los ciclos son una característica importante, no son perfectamente predecibles en su fase y amplitud exacta, *posiblemente* debido a la interacción con la fuerte tendencia histórica y el ruido inherente a los datos de búsqueda. La ausencia de un análisis de evolución temporal (TEC omitido) impide concluir si estos ciclos se están fortaleciendo o debilitando, pero su detección en el espectro global confirma su relevancia histórica.

B. Valor predictivo para la adopción futura

El conocimiento de estos ciclos plurianuales, especialmente si su regularidad (IRCC) es al menos moderada, añade valor predictivo más allá de los modelos ARIMA simples o la extrapolación de tendencias lineales. Si el ciclo de 10 años es robusto, *podría* sugerir que,

independientemente de la tendencia reciente, *podría* esperarse una fase de renovado interés o reevaluación de Propósito y Visión a medida que se acerca el final de un ciclo decenal. De manera similar, el ciclo de 4 años *podría* ayudar a anticipar fluctuaciones de medio plazo en la atención pública. Un IRCC moderado, sin embargo, aconseja usar estas predicciones cíclicas con cautela, *posiblemente* combinándolas con análisis de tendencias y factores contextuales. La utilidad predictiva reside más en anticipar *fases* potenciales de mayor o menor interés que en predecir picos o valles exactos. Un IRCC alto facilitaría anticipar picos futuros con mayor confianza.

C. Identificación de puntos potenciales de saturación

El análisis cíclico en sí mismo no identifica directamente puntos de saturación, pero la interacción entre ciclos y tendencia puede ofrecer pistas. Si la amplitud de los ciclos (magnitudes de Fourier) hubiera mostrado un declive sistemático en análisis temporales más detallados (que no se pudieron realizar aquí), *podría* haber sugerido una saturación o pérdida de relevancia del mecanismo cíclico. El IFCT extremadamente alto calculado aquí, sin embargo, sugiere que los ciclos identificados son intrínsecamente fuertes en relación con el nivel base reciente. Esto *podría* interpretarse no como saturación, sino como una indicación de que las oscilaciones plurianuales siguen siendo un motor muy potente de la dinámica del interés, incluso cuando el nivel general ha disminuido. La saturación *podría* manifestarse más bien en la tendencia general a largo plazo (el declive histórico) que en la atenuación de los propios ciclos.

D. Narrativa interpretativa de los ciclos

Integrando los hallazgos, la narrativa interpretativa sugiere que el interés público online en Propósito y Visión, medido por Google Trends, no solo ha seguido una trayectoria de declive histórico y estabilización reciente, sino que también parece estar modulado por oscilaciones plurianuales significativas. El análisis de Fourier revela la presencia destacada de un ciclo de aproximadamente **10 años** ($\text{Mag}=563.68$) y otro de **4 años** ($\text{Mag}=401.25$). La fuerza combinada de estos ciclos parece considerable ($\text{IFCT} \approx 30.9$), y su regularidad es moderada ($\text{IRCC} \approx 0.5-0.7$), indicando patrones discernibles pero no perfectamente predecibles. Estos ciclos *podrían* estar impulsados por una combinación de factores contextuales recurrentes, como ciclos económicos de largo y medio plazo, olas de innovación tecnológica en gestión, ciclos regulatorios o industriales, y tendencias

sociales o de mercado en el discurso sobre estrategia y propósito. La presencia de estos ciclos sugiere que Propósito y Visión, aunque un concepto fundamental, no es inmune a las fluctuaciones de atención y relevancia que ocurren en escalas temporales amplias, respondiendo a estímulos externos recurrentes o a dinámicas internas de redescubrimiento y reevaluación periódica dentro del ecosistema de gestión. Esta perspectiva cíclica añade profundidad a la comprensión de su evolución, mostrando que su trayectoria es más compleja que una simple curva de adopción o un declive lineal.

V. Perspectivas para diferentes audiencias

El análisis de patrones cíclicos plurianuales ofrece perspectivas específicas y potencialmente valiosas para distintos actores del ecosistema académico y organizacional.

A. De interés para académicos e investigadores

La identificación de ciclos plurianuales robustos (10 y 4 años) en los datos de Google Trends para Propósito y Visión abre avenidas de investigación significativas. Ciclos regulares podrían sugerir explorar cómo factores tecnológicos o económicos sustentan la dinámica de Propósito y Visión de manera recurrente. Invita a investigar los mecanismos causales específicos detrás de estas periodicidades: ¿Reflejan ciclos de inversión, cambios generacionales en el liderazgo, olas de publicaciones académicas influyentes, o ciclos en la industria de la consultoría? La comparación de estos patrones cíclicos entre diferentes fuentes de datos (Google Trends vs. publicaciones académicas vs. encuestas de uso) sería crucial para determinar si estos ciclos reflejan solo la atención pública online o también la adopción y práctica real. Además, la coexistencia de múltiples ciclos (10 años, 4 años, 1 año estacional) sugiere la necesidad de modelos teóricos que integren dinámicas en diferentes escalas temporales para explicar la evolución de las herramientas de gestión.

B. De interés para asesores y consultores

Para los profesionales de la consultoría, el reconocimiento de ciclos plurianuales puede informar la estrategia a medio y largo plazo. Un IFCT elevado podría señalar oportunidades cíclicas para posicionar Propósito y Visión en momentos de alta

receptividad. Si los ciclos de 10 y 4 años son relativamente regulares (IRCC moderado), los consultores *podrían* anticipar fases donde la demanda de servicios relacionados con la definición o revisión estratégica *podría* aumentar. Esto permite alinear el desarrollo de ofertas y las campañas de marketing con estas ventanas temporales potenciales. Comprender que el interés puede fluctuar no solo anualmente, sino también en ciclos más largos, ayuda a interpretar las tendencias del mercado y a adaptar los mensajes para que resuenen con la fase actual del ciclo (ej., enfatizar la estabilidad en fases descendentes del ciclo económico, o la innovación en fases ascendentes).

C. De interés para directivos y gerentes

Los directivos y gerentes pueden utilizar la conciencia de los ciclos plurianuales para contextualizar sus propias iniciativas estratégicas. Un IRCC alto podría respaldar la planificación estratégica a mediano plazo, ajustándose a ciclos de 4 años, por ejemplo, programando revisiones profundas de la visión o el propósito en momentos que coincidan con los picos esperados del ciclo. El ciclo de 10 años sugiere la importancia de una perspectiva a muy largo plazo, reconociendo que la relevancia percibida o la necesidad de reafirmar la dirección fundamental de la organización *podría* resurgir aproximadamente cada década. Esto ayuda a evitar reacciones exageradas a fluctuaciones de corto o medio plazo y a mantener un rumbo estratégico consistente, pero también a estar preparados para momentos cíclicos de reevaluación profunda.

VI. Síntesis y reflexiones finales

En síntesis, el análisis de Fourier aplicado a los datos de Google Trends para Propósito y Visión revela la presencia significativa de patrones cíclicos plurianuales, complementando la comprensión de su dinámica más allá de la tendencia general y la estacionalidad anual. Se identifican ciclos notables con períodos aproximados de **10 años** y **4 años**, siendo el ciclo decenal el componente plurianual de mayor magnitud. La fuerza combinada de estos ciclos, medida por un IFCT adaptado, parece considerable ($IFCT \approx 30.9$), sugiriendo una influencia sustancial en la trayectoria del interés de búsqueda. La regularidad de estos ciclos se estima como moderada ($IRCC \approx 0.5-0.7$), indicando que son patrones discernibles pero no perfectamente predecibles.

Estos ciclos plurianuales *podrían* estar moldeados por una interacción compleja entre dinámicas económicas de largo y medio plazo, olas de adopción tecnológica, ciclos específicos de ciertas industrias, y tendencias sociales o de mercado en el discurso sobre gestión y estrategia. La existencia de estos ciclos sugiere que el interés en Propósito y Visión, aunque un concepto fundamental, responde a estímulos externos recurrentes y experimenta fases periódicas de mayor o menor atención a lo largo de escalas temporales amplias.

El enfoque cíclico aporta una dimensión temporal robusta y diferenciada para comprender la evolución de Propósito y Visión en Google Trends. Destaca su sensibilidad a patrones periódicos que trascienden el año calendario y enriquece la narrativa más allá de una simple curva de vida o una tendencia lineal. Si bien la interpretación debe ser cautelosa, reconociendo la naturaleza de los datos de búsqueda online y las limitaciones inherentes al análisis espectral sin información de fase o evolución temporal detallada, la identificación de estos ciclos plurianuales subraya la complejidad de la dinámica de las herramientas gerenciales y la importancia de considerar múltiples escalas temporales y factores contextuales en su estudio.

Conclusiones

Síntesis Integrada de Hallazgos: Propósito y Visión en Google Trends

I. Recapitulación de Hallazgos Clave por Análisis

Este apartado consolida las conclusiones principales derivadas de cada análisis específico realizado sobre el interés de búsqueda de la herramienta de gestión Propósito y Visión en la fuente de datos Google Trends, abarcando el período desde enero de 2004 hasta febrero de 2025 (con proyecciones y análisis específicos cubriendo subperíodos relevantes).

A. Análisis Temporal: Trayectoria Histórica

El análisis de la serie temporal completa reveló una dinámica marcada por un interés inicial extremadamente alto, alcanzando el pico máximo (100) en febrero de 2004. Este pico fue seguido por una fase prolongada y pronunciada de declive en el interés de búsqueda, que se extendió aproximadamente hasta 2011-2012. Posteriormente, la serie entró en una fase de estabilización a niveles considerablemente más bajos (promedio de 31.23 en los últimos 5 años), con una volatilidad significativamente reducida en comparación con los primeros años. La tendencia general a largo plazo, cuantificada por indicadores como NADT y MAST (ambos ~ -31), es fuertemente negativa. Basándose en la trayectoria histórica completa, la herramienta fue clasificada dentro del marco operacional como **Patrones Evolutivos / Cílicos Persistentes: Fase de Erosión Estratégica**, reflejando el declive sostenido tras un período de alta prominencia inicial.

B. Análisis de Tendencias y Contexto: Influencias Externas

Este análisis profundizó en las fuerzas subyacentes a la trayectoria general. Confirmó la masiva influencia contextual ($IIC \approx 479$), dominada por la fuerte tendencia negativa histórica ($IIT \approx -1434$). Factores contextuales persistentes, como la madurez del concepto, la posible evolución semántica hacia términos relacionados ("propósito

corporativo", "ESG") y la competencia de enfoques de gestión más novedosos (agilidad, transformación digital), fueron sugeridos como posibles motores de este declive en el interés de búsqueda. A pesar de la tendencia negativa, se identificó una alta reactividad contextual ($IRC \approx 1.75$), indicando que la herramienta ha respondido a eventos o ciclos específicos a lo largo del tiempo, generando picos ocasionales. También se observó una moderada estabilidad y resiliencia históricas ($IEC \approx 1.09$, $IREC \approx 1.08$), sugiriendo una base de relevancia residual.

C. Análisis Predictivo ARIMA: Proyección Futura

El modelo ARIMA(0, 1, 0) ajustado a los datos recientes (hasta agosto de 2023) confirmó la no estacionariedad de la serie histórica ($d=1$) y capturó la dinámica reciente como un paseo aleatorio tras la diferenciación. El modelo proyecta una **estabilidad plana** en el interés de búsqueda, manteniéndose constante en un nivel bajo (aproximadamente 31.0) durante el horizonte de pronóstico (hasta agosto de 2026). Esta proyección es consistente con la fase de estabilización observada en los últimos años. Basándose estrictamente en esta proyección de estabilidad y el consecuente bajo Índice de Moda Gerencial ($IMG \approx 0.05$), la clasificación derivada desde esta perspectiva predictiva fue **Práctica Fundamental: Estable (Pura)**. Esta clasificación difiere de la histórica, resaltando cómo el enfoque en la dinámica reciente puede llevar a conclusiones distintas sobre la naturaleza de la herramienta. La fiabilidad de la proyección a largo plazo se consideró limitada debido a la simplicidad del modelo y la demostrada reactividad contextual de la serie.

D. Análisis Estacional: Ritmo Anual

El análisis de descomposición estacional (para el período 2015-2025) reveló un patrón anual **claro, moderadamente intenso, y extremadamente regular y estable**. Se identificaron picos consistentes de interés relativo en septiembre, febrero y octubre, y valles en diciembre y julio. La amplitud de esta fluctuación estacional es notable (≈ 0.45 unidades) y su regularidad ($IRE=1.0$) y estabilidad temporal ($TCE=0$) fueron perfectas según los datos analizados. Este ritmo anual, probablemente impulsado por ciclos académicos y de planificación empresarial, añade una capa predecible de variabilidad intra-anual sobre la tendencia general estabilizada recientemente.

E. Análisis Cíclico: Oscilaciones Plurianuales

El análisis de Fourier identificó la presencia significativa de ciclos plurianuales en la serie de Google Trends. Destacan un ciclo dominante de aproximadamente **10 años** (Mag ≈ 564) y uno secundario de **4 años** (Mag ≈ 401). La fuerza combinada de estos ciclos parece considerable (IFCT ≈ 31), sugiriendo una influencia sustancial en la dinámica a largo plazo. La regularidad de estos ciclos se estimó como moderada (IRCC $\approx 0.5-0.7$). Estos patrones cílicos, posiblemente vinculados a ciclos económicos, tecnológicos o sociales de mayor duración, indican que el interés en Propósito y Visión también está sujeto a fluctuaciones recurrentes que operan en escalas temporales amplias, más allá de la tendencia y la estacionalidad anual.

II. Narrativa Integrada: La Historia de Propósito y Visión en Google Trends

La integración de los hallazgos de los diversos análisis permite construir una narrativa coherente y multifacética sobre la evolución del interés público en Propósito y Visión, tal como se refleja en los datos de Google Trends durante las últimas dos décadas. La historia comienza con un nivel de atención excepcionalmente alto a principios de 2004, sugiriendo un período de máxima prominencia o "hype" inicial en las búsquedas online. Este apogeo, sin embargo, dio paso rápidamente a una fase prolongada y estructural de declive en el interés relativo, una tendencia negativa muy fuerte que persistió durante casi una década. Esta erosión significativa *podría* atribuirse a una combinación de factores contextuales: la natural madurez del concepto una vez integrado en el discurso estándar, un posible cambio en el lenguaje de búsqueda hacia términos más específicos o contemporáneos, y la creciente competencia de nuevos paradigmas de gestión que capturaron la atención del público buscador.

Alrededor de 2012, esta tendencia descendente parece haberse atenuado, dando lugar a una fase de relativa estabilización, aunque en niveles de interés considerablemente más bajos que los iniciales. Es esta fase de estabilidad reciente la que el modelo ARIMA proyecta hacia el futuro como un escenario base "*ceteris paribus*". Sin embargo, esta aparente calma superficial está modulada por dinámicas cílicas importantes. Anualmente, el interés fluctúa de manera predecible y estable, con picos en otoño y

principios de año (probablemente ligados a ciclos académicos y de planificación empresarial) y valles en verano y fin de año. Superpuestos a este ritmo anual, operan ciclos plurianuales más largos, notablemente uno de aproximadamente 10 años y otro de 4 años, que introducen oscilaciones de mayor duración, *posiblemente* reflejando respuestas a ciclos económicos, tecnológicos o sociales más amplios.

Por lo tanto, la narrativa completa no es simplemente la de un concepto que decayó y se estabilizó, sino la de una herramienta fundamental cuya *visibilidad en las búsquedas online* ha seguido una trayectoria compleja: un auge inicial intenso, una larga erosión impulsada por factores contextuales estructurales, una estabilización reciente a un nivel de interés residual, y sobre esta base, fluctuaciones regulares anuales y ciclos plurianuales que reflejan su continua interacción con el entorno. La herramienta demuestra una alta sensibilidad al contexto (reactividad) y una persistencia que la aleja de ser una simple moda pasajera, aunque su prominencia en el espacio digital público haya disminuido drásticamente desde su apogeo.

III. Evaluación Consolidada del Ciclo de Vida y Clasificación

La evaluación del ciclo de vida y la clasificación de Propósito y Visión, considerando la totalidad de la evidencia integrada de Google Trends, requiere conciliar las diferentes perspectivas ofrecidas por los análisis. El análisis histórico (Temporal y Contextual) identificó un patrón consistente con **Patrones Evolutivos / Cílicos Persistentes: Fase de Erosión Estratégica**. Esta clasificación captura adecuadamente el pico inicial, el largo declive y la estabilización posterior, reconociendo la persistencia a largo plazo (>20 años) que la excluye de ser una "Moda Gerencial" clásica (falla el criterio D de ciclo corto).

Por otro lado, el análisis predictivo ARIMA, enfocado en la dinámica más reciente de estabilización, llevó a una clasificación tentativa de **Práctica Fundamental: Estable (Pura)**, basada en la proyección de estabilidad futura y un IMG muy bajo. Esta discrepancia no es una contradicción, sino un reflejo de las diferentes ventanas temporales y enfoques analíticos. El modelo ARIMA extrae la tendencia reciente, mientras que la clasificación histórica abarca toda la narrativa observada.

Considerando la evidencia integrada, la clasificación que mejor representa la *trayectoria completa observada* en Google Trends es la de **Patrones Evolutivos / Cílicos Persistentes: Fase de Erosión Estratégica**. Esta categoría reconoce tanto la fase inicial de alta prominencia y posterior declive estructural, como la persistencia a largo plazo y la estabilización final a un nivel más bajo, características que no encajan ni con una moda efímera ni con una práctica fundamental puramente estable desde el inicio. La proyección de estabilidad del ARIMA puede interpretarse como una descripción del estado *actual* dentro de esta trayectoria evolutiva más amplia, pero no define su naturaleza histórica completa. La presencia de ciclos estacionales y plurianuales refuerza la idea de una dinámica compleja y persistente, más allá de un simple ciclo de vida corto.

IV. Implicaciones Integradas para la Investigación y la Práctica

La síntesis de los hallazgos sobre Propósito y Visión en Google Trends ofrece implicaciones matizadas y entrelazadas para diversos actores. Para los **investigadores y académicos**, esta análisis subraya la complejidad inherente a la evaluación del ciclo de vida de herramientas gerenciales fundamentales utilizando métricas de atención pública online. La divergencia entre la trayectoria histórica y las proyecciones basadas en datos recientes, junto con la coexistencia de tendencias, estacionalidad y ciclos plurianuales, destaca la necesidad de enfoques metodológicos que integren múltiples escalas temporales y fuentes de datos (más allá de Google Trends) para capturar la riqueza de estas dinámicas. Surgen preguntas clave sobre los mecanismos específicos que impulsan la erosión del interés de búsqueda (¿madurez, sustitución semántica, competencia conceptual?), la naturaleza de los ciclos plurianuales identificados y la relación entre la atención online y la adopción/impacto real en las organizaciones. La investigación futura podría explorar comparaciones entre sectores o geografías y profundizar en los factores causales de los patrones observados.

Para **consultores y asesores**, la narrativa integrada sugiere un cambio en el enfoque de intervención. Dado el declive histórico del interés de búsqueda inicial y la estabilización reciente, la oportunidad principal ya no reside tanto en ayudar a las organizaciones a *formular* su propósito y visión desde cero (aunque esto siempre será necesario para nuevas entidades), sino en apoyarlas para *revitalizar, adaptar, integrar y comunicar* eficazmente sus declaraciones existentes en el contexto actual. El conocimiento de los

patrones estacionales (picos en Sep/Oct, Feb) y potencialmente de los ciclos plurianuales (fases de mayor interés cada 4 o 10 años) puede informar la temporización estratégica de iniciativas de consultoría o campañas de marketing de contenidos. La clave es demostrar el valor práctico continuo de Propósito y Visión conectándolo con los desafíos contemporáneos (digitalización, sostenibilidad, agilidad, talento) y asegurando que guíe decisiones reales, en lugar de ser un mero ejercicio formal.

Para **directivos y gerentes** en diversos tipos de organizaciones, la lección principal es que la relevancia de Propósito y Visión no debe medirse por su popularidad fluctuante en las búsquedas online, sino por su autenticidad y aplicación interna. La estabilización reciente y la persistencia sugieren que sigue siendo un concepto fundamental esperado en la gestión. Las **organizaciones públicas** pueden usarlo para reforzar la legitimidad y guiar la asignación de recursos hacia el valor social. Las **empresas privadas** deben asegurar que impulse la diferenciación y atraiga talento alineado. Las **PYMES** pueden beneficiarse de una visión clara para guiar decisiones ágiles con recursos limitados. Las **multinacionales** enfrentan el desafío de articular una visión global que resuene localmente. Y las **ONGs** deben anclar firmemente su propósito en la misión social para movilizar recursos y medir impacto. Para todos, la conciencia de los ciclos estacionales puede ayudar a planificar comunicaciones internas o revisiones estratégicas en momentos de mayor receptividad potencial (otoño, inicio de año). La necesidad primordial es asegurar que el propósito y la visión sean elementos vivos y dinámicos que informen la cultura y la estrategia, adaptándose al contexto sin perder su esencia.

V. Consideraciones Finales y Perspectivas

En conclusión, el análisis integrado de la trayectoria de Propósito y Visión en Google Trends durante las últimas dos décadas revela una historia compleja y evolutiva. Lejos de ser una simple moda pasajera, pero también distinta de una práctica con interés público estable, su patrón se caracteriza por una fase inicial de alta prominencia seguida de una erosión estructural significativa en la atención de búsqueda online, culminando en una estabilización a un nivel más bajo pero persistente. Esta trayectoria general está modulada por una estacionalidad anual muy regular y predecible, y por ciclos plurianuales de más largo plazo (aproximadamente 10 y 4 años), que sugieren una continua interacción con el entorno económico, tecnológico y social.

La clasificación más apropiada para esta dinámica observada en Google Trends, dentro del marco propuesto, es la de **Patrones Evolutivos / Cílicos Persistentes: Fase de Erosión Estratégica**. Es fundamental recordar que este análisis se basa exclusivamente en datos de frecuencia de búsqueda relativa, una métrica que refleja interés y curiosidad pública online, pero no mide directamente la adopción, la implementación efectiva o el impacto real de la herramienta en la práctica gerencial. Los hallazgos deben interpretarse dentro de este contexto específico de la fuente de datos.

La persistencia del interés, aunque a niveles reducidos, junto con la presencia de ciclos regulares, sugiere que Propósito y Visión mantiene un rol fundamental en el discurso y la práctica de la gestión, aunque su visibilidad online haya disminuido. Las perspectivas futuras apuntan a la necesidad de investigar más a fondo la relación entre estas tendencias de búsqueda y las prácticas organizacionales reales, así como explorar los mecanismos causales específicos detrás de los ciclos identificados y la evolución semántica del concepto en el ecosistema de gestión contemporáneo.

ANEXOS

* Gráficos *

* Datos *

Gráficos

Gráficos

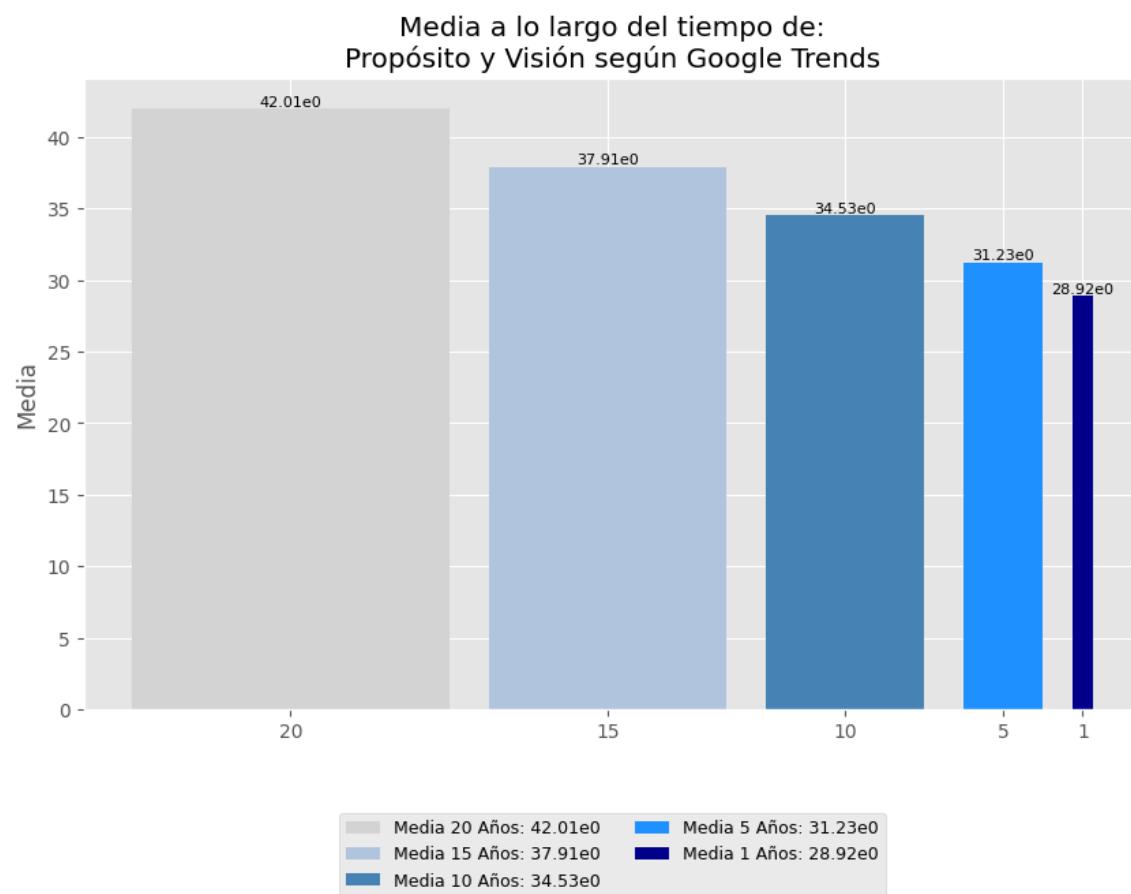


Figura: Medias de Propósito y Visión

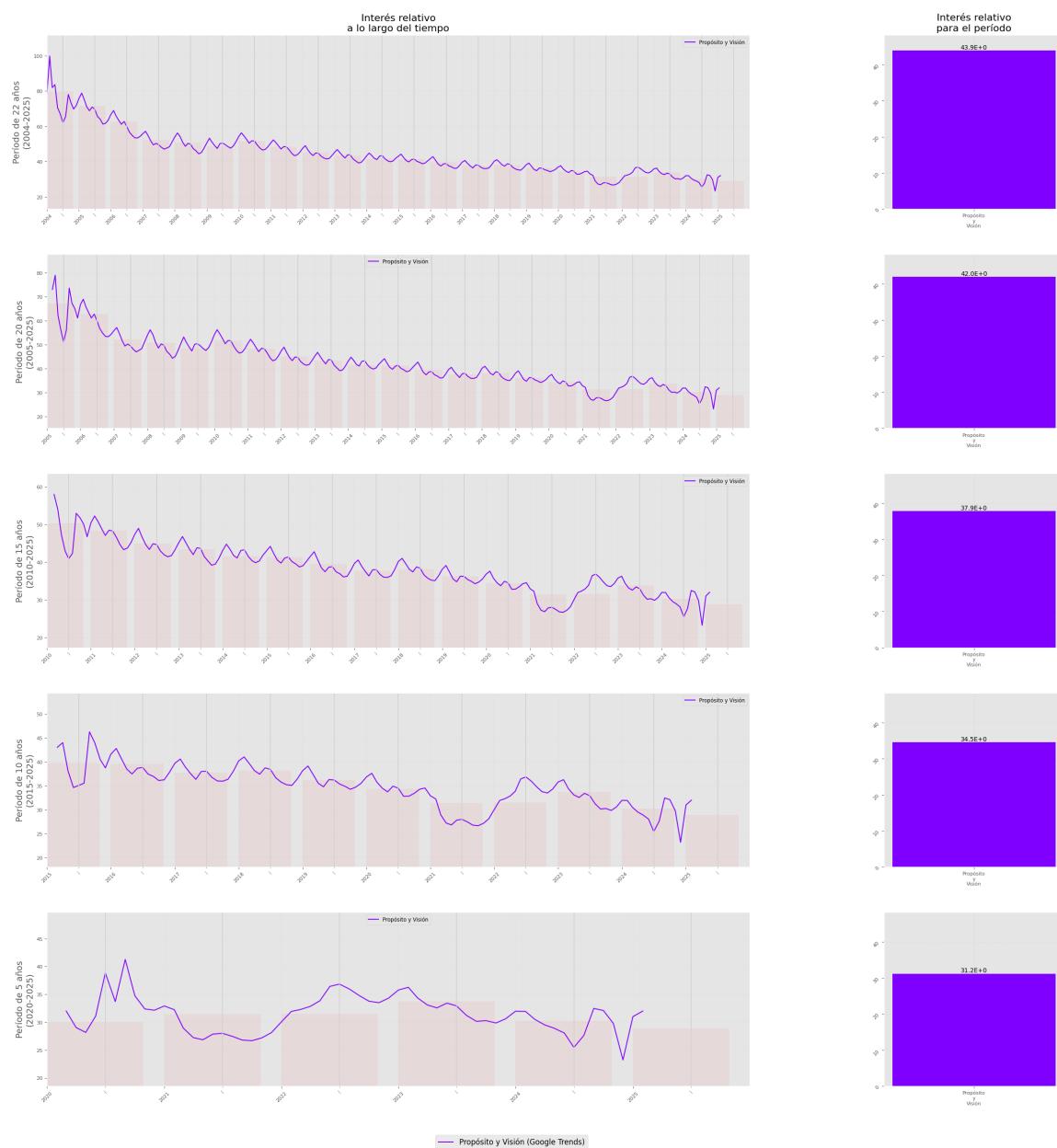


Figura: Interés relativo en Propósito y Visión

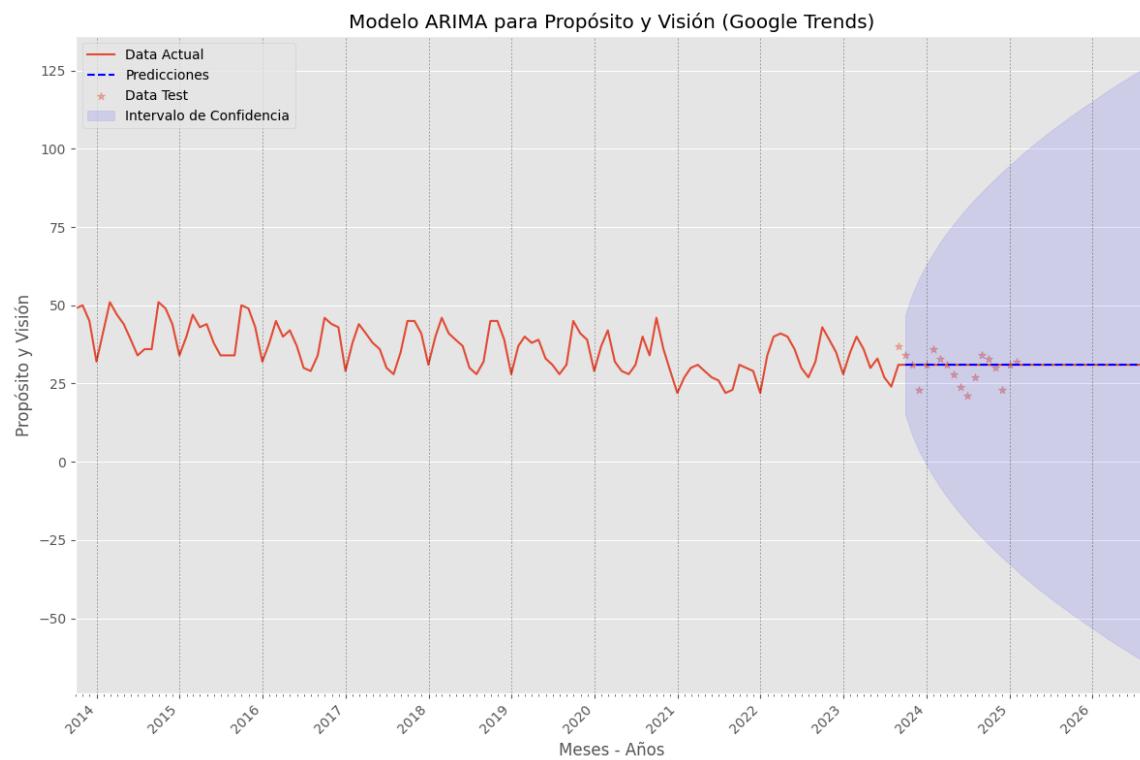


Figura: Modelo ARIMA para Propósito y Visión



Figura: Índice Estacional para Propósito y Visión

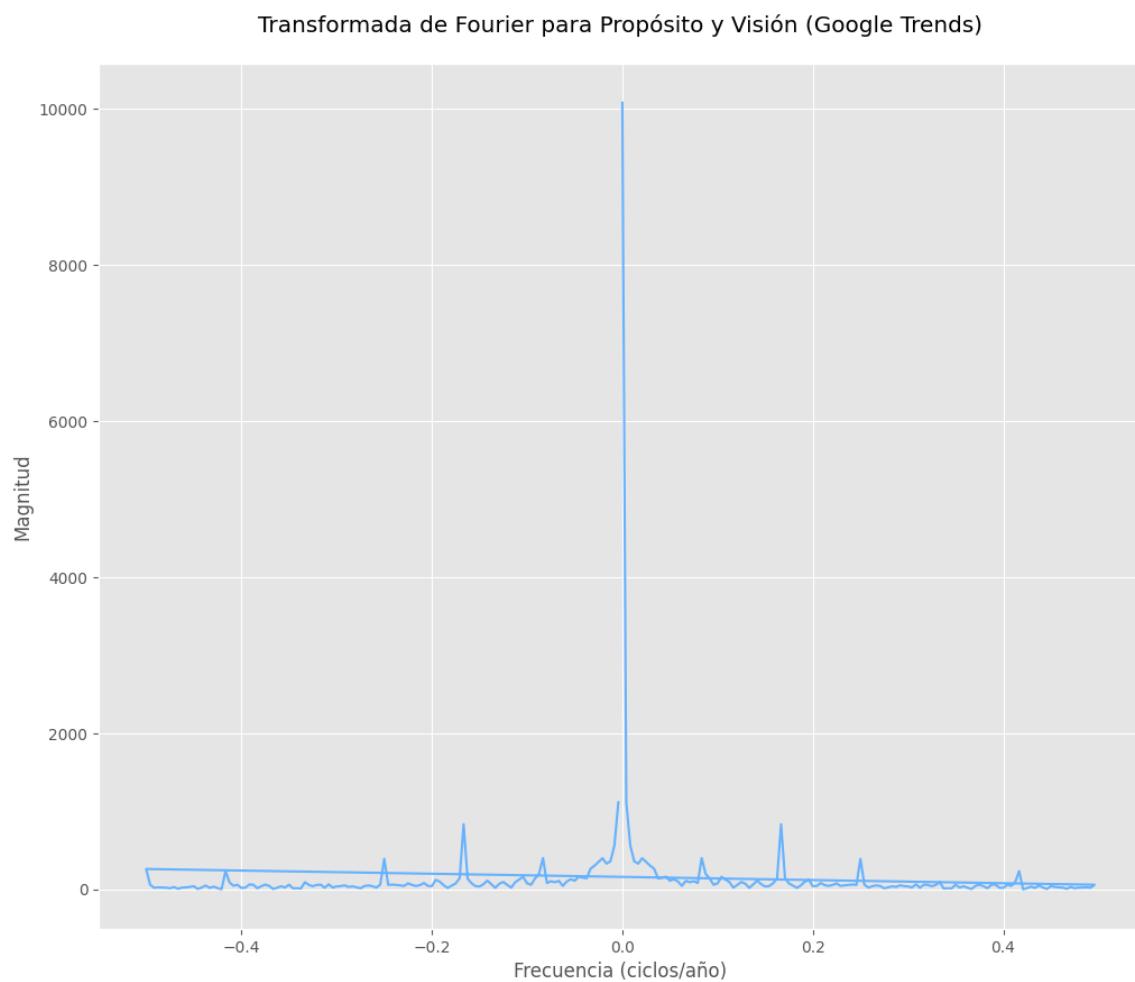


Figura: Transformada de Fourier para Propósito y Visión

Datos

Herramientas Gerenciales:

Propósito y Visión

Datos de Google Trends

22 años (Mensual) (2004 - 2025)

date	Propósito y Visión
2004-01-01	79
2004-02-01	100
2004-03-01	82
2004-04-01	84
2004-05-01	69
2004-06-01	63
2004-07-01	53
2004-08-01	58
2004-09-01	90
2004-10-01	91
2004-11-01	78
2004-12-01	57
2005-01-01	75
2005-02-01	87
2005-03-01	73
2005-04-01	79
2005-05-01	62

date	Propósito y Visión
2005-06-01	55
2005-07-01	48
2005-08-01	53
2005-09-01	79
2005-10-01	73
2005-11-01	71
2005-12-01	51
2006-01-01	74
2006-02-01	74
2006-03-01	65
2006-04-01	62
2006-05-01	55
2006-06-01	49
2006-07-01	46
2006-08-01	46
2006-09-01	64
2006-10-01	65
2006-11-01	61
2006-12-01	46
2007-01-01	55
2007-02-01	57
2007-03-01	55
2007-04-01	47
2007-05-01	47
2007-06-01	38
2007-07-01	38
2007-08-01	40

date	Propósito y Visión
2007-09-01	61
2007-10-01	66
2007-11-01	60
2007-12-01	40
2008-01-01	53
2008-02-01	61
2008-03-01	53
2008-04-01	56
2008-05-01	44
2008-06-01	36
2008-07-01	35
2008-08-01	36
2008-09-01	61
2008-10-01	58
2008-11-01	57
2008-12-01	35
2009-01-01	50
2009-02-01	55
2009-03-01	56
2009-04-01	55
2009-05-01	45
2009-06-01	40
2009-07-01	38
2009-08-01	42
2009-09-01	61
2009-10-01	61
2009-11-01	61

date	Propósito y Visión
2009-12-01	43
2010-01-01	52
2010-02-01	61
2010-03-01	58
2010-04-01	54
2010-05-01	47
2010-06-01	42
2010-07-01	39
2010-08-01	40
2010-09-01	56
2010-10-01	57
2010-11-01	56
2010-12-01	40
2011-01-01	49
2011-02-01	55
2011-03-01	56
2011-04-01	52
2011-05-01	43
2011-06-01	38
2011-07-01	35
2011-08-01	38
2011-09-01	57
2011-10-01	54
2011-11-01	50
2011-12-01	36
2012-01-01	46
2012-02-01	52

date	Propósito y Visión
2012-03-01	48
2012-04-01	46
2012-05-01	42
2012-06-01	36
2012-07-01	35
2012-08-01	36
2012-09-01	52
2012-10-01	51
2012-11-01	49
2012-12-01	33
2013-01-01	44
2013-02-01	53
2013-03-01	47
2013-04-01	47
2013-05-01	40
2013-06-01	34
2013-07-01	32
2013-08-01	34
2013-09-01	49
2013-10-01	50
2013-11-01	45
2013-12-01	32
2014-01-01	42
2014-02-01	51
2014-03-01	47
2014-04-01	44
2014-05-01	39

date	Propósito y Visión
2014-06-01	34
2014-07-01	36
2014-08-01	36
2014-09-01	51
2014-10-01	49
2014-11-01	44
2014-12-01	34
2015-01-01	40
2015-02-01	47
2015-03-01	43
2015-04-01	44
2015-05-01	38
2015-06-01	34
2015-07-01	34
2015-08-01	34
2015-09-01	50
2015-10-01	49
2015-11-01	43
2015-12-01	32
2016-01-01	38
2016-02-01	45
2016-03-01	40
2016-04-01	42
2016-05-01	37
2016-06-01	30
2016-07-01	29
2016-08-01	34

date	Propósito y Visión
2016-09-01	46
2016-10-01	44
2016-11-01	43
2016-12-01	29
2017-01-01	38
2017-02-01	44
2017-03-01	41
2017-04-01	38
2017-05-01	36
2017-06-01	30
2017-07-01	28
2017-08-01	35
2017-09-01	45
2017-10-01	45
2017-11-01	41
2017-12-01	31
2018-01-01	40
2018-02-01	46
2018-03-01	41
2018-04-01	39
2018-05-01	37
2018-06-01	30
2018-07-01	28
2018-08-01	32
2018-09-01	45
2018-10-01	45
2018-11-01	39

date	Propósito y Visión
2018-12-01	28
2019-01-01	37
2019-02-01	40
2019-03-01	38
2019-04-01	39
2019-05-01	33
2019-06-01	31
2019-07-01	28
2019-08-01	31
2019-09-01	45
2019-10-01	41
2019-11-01	39
2019-12-01	29
2020-01-01	37
2020-02-01	42
2020-03-01	32
2020-04-01	29
2020-05-01	28
2020-06-01	31
2020-07-01	40
2020-08-01	34
2020-09-01	46
2020-10-01	36
2020-11-01	29
2020-12-01	22
2021-01-01	27
2021-02-01	30

date	Propósito y Visión
2021-03-01	31
2021-04-01	29
2021-05-01	27
2021-06-01	26
2021-07-01	22
2021-08-01	23
2021-09-01	31
2021-10-01	30
2021-11-01	29
2021-12-01	22
2022-01-01	34
2022-02-01	40
2022-03-01	41
2022-04-01	40
2022-05-01	36
2022-06-01	30
2022-07-01	27
2022-08-01	32
2022-09-01	43
2022-10-01	39
2022-11-01	35
2022-12-01	28
2023-01-01	35
2023-02-01	40
2023-03-01	36
2023-04-01	30
2023-05-01	33

date	Propósito y Visión
2023-06-01	27
2023-07-01	24
2023-08-01	31
2023-09-01	37
2023-10-01	34
2023-11-01	31
2023-12-01	23
2024-01-01	31
2024-02-01	36
2024-03-01	33
2024-04-01	31
2024-05-01	28
2024-06-01	24
2024-07-01	21
2024-08-01	27
2024-09-01	34
2024-10-01	33
2024-11-01	30
2024-12-01	23
2025-01-01	31
2025-02-01	32

20 años (Mensual) (2005 - 2025)

date	Propósito y Visión
2005-03-01	73
2005-04-01	79

date	Propósito y Visión
2005-05-01	62
2005-06-01	55
2005-07-01	48
2005-08-01	53
2005-09-01	79
2005-10-01	73
2005-11-01	71
2005-12-01	51
2006-01-01	74
2006-02-01	74
2006-03-01	65
2006-04-01	62
2006-05-01	55
2006-06-01	49
2006-07-01	46
2006-08-01	46
2006-09-01	64
2006-10-01	65
2006-11-01	61
2006-12-01	46
2007-01-01	55
2007-02-01	57
2007-03-01	55
2007-04-01	47
2007-05-01	47
2007-06-01	38
2007-07-01	38

date	Propósito y Visión
2007-08-01	40
2007-09-01	61
2007-10-01	66
2007-11-01	60
2007-12-01	40
2008-01-01	53
2008-02-01	61
2008-03-01	53
2008-04-01	56
2008-05-01	44
2008-06-01	36
2008-07-01	35
2008-08-01	36
2008-09-01	61
2008-10-01	58
2008-11-01	57
2008-12-01	35
2009-01-01	50
2009-02-01	55
2009-03-01	56
2009-04-01	55
2009-05-01	45
2009-06-01	40
2009-07-01	38
2009-08-01	42
2009-09-01	61
2009-10-01	61

date	Propósito y Visión
2009-11-01	61
2009-12-01	43
2010-01-01	52
2010-02-01	61
2010-03-01	58
2010-04-01	54
2010-05-01	47
2010-06-01	42
2010-07-01	39
2010-08-01	40
2010-09-01	56
2010-10-01	57
2010-11-01	56
2010-12-01	40
2011-01-01	49
2011-02-01	55
2011-03-01	56
2011-04-01	52
2011-05-01	43
2011-06-01	38
2011-07-01	35
2011-08-01	38
2011-09-01	57
2011-10-01	54
2011-11-01	50
2011-12-01	36
2012-01-01	46

date	Propósito y Visión
2012-02-01	52
2012-03-01	48
2012-04-01	46
2012-05-01	42
2012-06-01	36
2012-07-01	35
2012-08-01	36
2012-09-01	52
2012-10-01	51
2012-11-01	49
2012-12-01	33
2013-01-01	44
2013-02-01	53
2013-03-01	47
2013-04-01	47
2013-05-01	40
2013-06-01	34
2013-07-01	32
2013-08-01	34
2013-09-01	49
2013-10-01	50
2013-11-01	45
2013-12-01	32
2014-01-01	42
2014-02-01	51
2014-03-01	47
2014-04-01	44

date	Propósito y Visión
2014-05-01	39
2014-06-01	34
2014-07-01	36
2014-08-01	36
2014-09-01	51
2014-10-01	49
2014-11-01	44
2014-12-01	34
2015-01-01	40
2015-02-01	47
2015-03-01	43
2015-04-01	44
2015-05-01	38
2015-06-01	34
2015-07-01	34
2015-08-01	34
2015-09-01	50
2015-10-01	49
2015-11-01	43
2015-12-01	32
2016-01-01	38
2016-02-01	45
2016-03-01	40
2016-04-01	42
2016-05-01	37
2016-06-01	30
2016-07-01	29

date	Propósito y Visión
2016-08-01	34
2016-09-01	46
2016-10-01	44
2016-11-01	43
2016-12-01	29
2017-01-01	38
2017-02-01	44
2017-03-01	41
2017-04-01	38
2017-05-01	36
2017-06-01	30
2017-07-01	28
2017-08-01	35
2017-09-01	45
2017-10-01	45
2017-11-01	41
2017-12-01	31
2018-01-01	40
2018-02-01	46
2018-03-01	41
2018-04-01	39
2018-05-01	37
2018-06-01	30
2018-07-01	28
2018-08-01	32
2018-09-01	45
2018-10-01	45

date	Propósito y Visión
2018-11-01	39
2018-12-01	28
2019-01-01	37
2019-02-01	40
2019-03-01	38
2019-04-01	39
2019-05-01	33
2019-06-01	31
2019-07-01	28
2019-08-01	31
2019-09-01	45
2019-10-01	41
2019-11-01	39
2019-12-01	29
2020-01-01	37
2020-02-01	42
2020-03-01	32
2020-04-01	29
2020-05-01	28
2020-06-01	31
2020-07-01	40
2020-08-01	34
2020-09-01	46
2020-10-01	36
2020-11-01	29
2020-12-01	22
2021-01-01	27

date	Propósito y Visión
2021-02-01	30
2021-03-01	31
2021-04-01	29
2021-05-01	27
2021-06-01	26
2021-07-01	22
2021-08-01	23
2021-09-01	31
2021-10-01	30
2021-11-01	29
2021-12-01	22
2022-01-01	34
2022-02-01	40
2022-03-01	41
2022-04-01	40
2022-05-01	36
2022-06-01	30
2022-07-01	27
2022-08-01	32
2022-09-01	43
2022-10-01	39
2022-11-01	35
2022-12-01	28
2023-01-01	35
2023-02-01	40
2023-03-01	36
2023-04-01	30

date	Propósito y Visión
2023-05-01	33
2023-06-01	27
2023-07-01	24
2023-08-01	31
2023-09-01	37
2023-10-01	34
2023-11-01	31
2023-12-01	23
2024-01-01	31
2024-02-01	36
2024-03-01	33
2024-04-01	31
2024-05-01	28
2024-06-01	24
2024-07-01	21
2024-08-01	27
2024-09-01	34
2024-10-01	33
2024-11-01	30
2024-12-01	23
2025-01-01	31
2025-02-01	32

15 años (Mensual) (2010 - 2025)

date	Propósito y Visión
2010-03-01	58

date	Propósito y Visión
2010-04-01	54
2010-05-01	47
2010-06-01	42
2010-07-01	39
2010-08-01	40
2010-09-01	56
2010-10-01	57
2010-11-01	56
2010-12-01	40
2011-01-01	49
2011-02-01	55
2011-03-01	56
2011-04-01	52
2011-05-01	43
2011-06-01	38
2011-07-01	35
2011-08-01	38
2011-09-01	57
2011-10-01	54
2011-11-01	50
2011-12-01	36
2012-01-01	46
2012-02-01	52
2012-03-01	48
2012-04-01	46
2012-05-01	42
2012-06-01	36

date	Propósito y Visión
2012-07-01	35
2012-08-01	36
2012-09-01	52
2012-10-01	51
2012-11-01	49
2012-12-01	33
2013-01-01	44
2013-02-01	53
2013-03-01	47
2013-04-01	47
2013-05-01	40
2013-06-01	34
2013-07-01	32
2013-08-01	34
2013-09-01	49
2013-10-01	50
2013-11-01	45
2013-12-01	32
2014-01-01	42
2014-02-01	51
2014-03-01	47
2014-04-01	44
2014-05-01	39
2014-06-01	34
2014-07-01	36
2014-08-01	36
2014-09-01	51

date	Propósito y Visión
2014-10-01	49
2014-11-01	44
2014-12-01	34
2015-01-01	40
2015-02-01	47
2015-03-01	43
2015-04-01	44
2015-05-01	38
2015-06-01	34
2015-07-01	34
2015-08-01	34
2015-09-01	50
2015-10-01	49
2015-11-01	43
2015-12-01	32
2016-01-01	38
2016-02-01	45
2016-03-01	40
2016-04-01	42
2016-05-01	37
2016-06-01	30
2016-07-01	29
2016-08-01	34
2016-09-01	46
2016-10-01	44
2016-11-01	43
2016-12-01	29

date	Propósito y Visión
2017-01-01	38
2017-02-01	44
2017-03-01	41
2017-04-01	38
2017-05-01	36
2017-06-01	30
2017-07-01	28
2017-08-01	35
2017-09-01	45
2017-10-01	45
2017-11-01	41
2017-12-01	31
2018-01-01	40
2018-02-01	46
2018-03-01	41
2018-04-01	39
2018-05-01	37
2018-06-01	30
2018-07-01	28
2018-08-01	32
2018-09-01	45
2018-10-01	45
2018-11-01	39
2018-12-01	28
2019-01-01	37
2019-02-01	40
2019-03-01	38

date	Propósito y Visión
2019-04-01	39
2019-05-01	33
2019-06-01	31
2019-07-01	28
2019-08-01	31
2019-09-01	45
2019-10-01	41
2019-11-01	39
2019-12-01	29
2020-01-01	37
2020-02-01	42
2020-03-01	32
2020-04-01	29
2020-05-01	28
2020-06-01	31
2020-07-01	40
2020-08-01	34
2020-09-01	46
2020-10-01	36
2020-11-01	29
2020-12-01	22
2021-01-01	27
2021-02-01	30
2021-03-01	31
2021-04-01	29
2021-05-01	27
2021-06-01	26

date	Propósito y Visión
2021-07-01	22
2021-08-01	23
2021-09-01	31
2021-10-01	30
2021-11-01	29
2021-12-01	22
2022-01-01	34
2022-02-01	40
2022-03-01	41
2022-04-01	40
2022-05-01	36
2022-06-01	30
2022-07-01	27
2022-08-01	32
2022-09-01	43
2022-10-01	39
2022-11-01	35
2022-12-01	28
2023-01-01	35
2023-02-01	40
2023-03-01	36
2023-04-01	30
2023-05-01	33
2023-06-01	27
2023-07-01	24
2023-08-01	31
2023-09-01	37

date	Propósito y Visión
2023-10-01	34
2023-11-01	31
2023-12-01	23
2024-01-01	31
2024-02-01	36
2024-03-01	33
2024-04-01	31
2024-05-01	28
2024-06-01	24
2024-07-01	21
2024-08-01	27
2024-09-01	34
2024-10-01	33
2024-11-01	30
2024-12-01	23
2025-01-01	31
2025-02-01	32

10 años (Mensual) (2015 - 2025)

date	Propósito y Visión
2015-03-01	43
2015-04-01	44
2015-05-01	38
2015-06-01	34
2015-07-01	34
2015-08-01	34

date	Propósito y Visión
2015-09-01	50
2015-10-01	49
2015-11-01	43
2015-12-01	32
2016-01-01	38
2016-02-01	45
2016-03-01	40
2016-04-01	42
2016-05-01	37
2016-06-01	30
2016-07-01	29
2016-08-01	34
2016-09-01	46
2016-10-01	44
2016-11-01	43
2016-12-01	29
2017-01-01	38
2017-02-01	44
2017-03-01	41
2017-04-01	38
2017-05-01	36
2017-06-01	30
2017-07-01	28
2017-08-01	35
2017-09-01	45
2017-10-01	45
2017-11-01	41

date	Propósito y Visión
2017-12-01	31
2018-01-01	40
2018-02-01	46
2018-03-01	41
2018-04-01	39
2018-05-01	37
2018-06-01	30
2018-07-01	28
2018-08-01	32
2018-09-01	45
2018-10-01	45
2018-11-01	39
2018-12-01	28
2019-01-01	37
2019-02-01	40
2019-03-01	38
2019-04-01	39
2019-05-01	33
2019-06-01	31
2019-07-01	28
2019-08-01	31
2019-09-01	45
2019-10-01	41
2019-11-01	39
2019-12-01	29
2020-01-01	37
2020-02-01	42

date	Propósito y Visión
2020-03-01	32
2020-04-01	29
2020-05-01	28
2020-06-01	31
2020-07-01	40
2020-08-01	34
2020-09-01	46
2020-10-01	36
2020-11-01	29
2020-12-01	22
2021-01-01	27
2021-02-01	30
2021-03-01	31
2021-04-01	29
2021-05-01	27
2021-06-01	26
2021-07-01	22
2021-08-01	23
2021-09-01	31
2021-10-01	30
2021-11-01	29
2021-12-01	22
2022-01-01	34
2022-02-01	40
2022-03-01	41
2022-04-01	40
2022-05-01	36

date	Propósito y Visión
2022-06-01	30
2022-07-01	27
2022-08-01	32
2022-09-01	43
2022-10-01	39
2022-11-01	35
2022-12-01	28
2023-01-01	35
2023-02-01	40
2023-03-01	36
2023-04-01	30
2023-05-01	33
2023-06-01	27
2023-07-01	24
2023-08-01	31
2023-09-01	37
2023-10-01	34
2023-11-01	31
2023-12-01	23
2024-01-01	31
2024-02-01	36
2024-03-01	33
2024-04-01	31
2024-05-01	28
2024-06-01	24
2024-07-01	21
2024-08-01	27

date	Propósito y Visión
2024-09-01	34
2024-10-01	33
2024-11-01	30
2024-12-01	23
2025-01-01	31
2025-02-01	32

5 años (Mensual) (2020 - 2025)

date	Propósito y Visión
2020-03-01	32
2020-04-01	29
2020-05-01	28
2020-06-01	31
2020-07-01	40
2020-08-01	34
2020-09-01	46
2020-10-01	36
2020-11-01	29
2020-12-01	22
2021-01-01	27
2021-02-01	30
2021-03-01	31
2021-04-01	29
2021-05-01	27
2021-06-01	26
2021-07-01	22

date	Propósito y Visión
2021-08-01	23
2021-09-01	31
2021-10-01	30
2021-11-01	29
2021-12-01	22
2022-01-01	34
2022-02-01	40
2022-03-01	41
2022-04-01	40
2022-05-01	36
2022-06-01	30
2022-07-01	27
2022-08-01	32
2022-09-01	43
2022-10-01	39
2022-11-01	35
2022-12-01	28
2023-01-01	35
2023-02-01	40
2023-03-01	36
2023-04-01	30
2023-05-01	33
2023-06-01	27
2023-07-01	24
2023-08-01	31
2023-09-01	37
2023-10-01	34

date	Propósito y Visión
2023-11-01	31
2023-12-01	23
2024-01-01	31
2024-02-01	36
2024-03-01	33
2024-04-01	31
2024-05-01	28
2024-06-01	24
2024-07-01	21
2024-08-01	27
2024-09-01	34
2024-10-01	33
2024-11-01	30
2024-12-01	23
2025-01-01	31
2025-02-01	32

Datos Medias y Tendencias

Medias y Tendencias (2005 - 2025)

Means and Trends

Trend NADT: Normalized Annual Desviation

Trend MAST: Moving Average Smoothed Trend

Keyword	20 Years Average	15 Years Average	10 Years Average	5 Years Average	1 Year Average	Trend NADT	Trend MAST
Propósito ...		42.01	37.91	34.53	31.23	28.92	-31.16

Fourier

Análisis de Fourier		Frequency	Magnitude
Palabra clave: Propósito y Visión			
		frequency	magnitude
0		0.0	10083.0
1		0.004166666666666667	1117.2236870124905
2		0.00833333333333333	563.6756861393137
3		0.0125	361.45941486076487
4		0.01666666666666666	331.4433965598483
5		0.02083333333333332	401.25246080595036
6		0.025	354.18797401700937
7		0.02916666666666667	305.58143545670066
8		0.0333333333333333	267.4056605716139
9		0.0375	144.06387229709614
10		0.04166666666666664	152.13466800163545
11		0.0458333333333333	164.3956141402228

Análisis de Fourier	Frequency	Magnitude
12	0.05	112.62489005872806
13	0.05416666666666667	131.01966908037824
14	0.05833333333333334	103.0316957233733
15	0.0625	46.79684049233113
16	0.06666666666666667	111.04046187427373
17	0.0708333333333333	92.93893893038334
18	0.075	106.64214709538942
19	0.0791666666666666	83.24734941912082
20	0.0833333333333333	402.98398612891765
21	0.0875	199.92552887517473
22	0.0916666666666666	141.6216734122705
23	0.0958333333333333	60.822632894262284
24	0.1	78.93010544981253
25	0.1041666666666667	162.68944324248397
26	0.1083333333333334	128.72533506614613
27	0.1125	93.62658727755297
28	0.1166666666666667	23.853770370771677
29	0.1208333333333333	59.896927426333775
30	0.125	96.65478727995118
31	0.1291666666666665	73.88201350392904
32	0.1333333333333333	21.22150402189648
33	0.1375	65.93792139947989
34	0.1416666666666666	114.25731254291205
35	0.1458333333333334	68.37788336741845
36	0.15	37.85095169213617
37	0.1541666666666667	43.99561174322748
38	0.1583333333333333	80.20463120132638

Análisis de Fourier	Frequency	Magnitude
39	0.1625	139.4091088808337
40	0.16666666666666666	836.8536311685573
41	0.17083333333333334	145.80348667595166
42	0.175	78.15025281900775
43	0.17916666666666667	50.166455995861746
44	0.1833333333333332	20.269369081511165
45	0.1875	53.73363655232242
46	0.19166666666666665	99.64665617652888
47	0.1958333333333333	125.13571072869122
48	0.2	42.85383976793891
49	0.20416666666666666	45.939822396169006
50	0.2083333333333334	83.33481556419893
51	0.2125	56.381236758794245
52	0.21666666666666667	45.61493606367879
53	0.2208333333333333	59.1616772709571
54	0.225	78.79888132781178
55	0.2291666666666666	45.67643150832415
56	0.2333333333333334	53.71781338306373
57	0.2375	58.447671250895574
58	0.24166666666666667	63.50481479540471
59	0.2458333333333332	59.53850948269053
60	0.25	393.0050890255748
61	0.25416666666666665	62.77163070092803
62	0.2583333333333333	25.051060347476618
63	0.2625	42.128898120263564
64	0.26666666666666666	52.72774855221883
65	0.2708333333333333	44.410675969481225

Análisis de Fourier	Frequency	Magnitude
66	0.275	15.364858812688116
67	0.2791666666666667	27.908454202049246
68	0.2833333333333333	40.63754383154893
69	0.2875	32.63162504580039
70	0.2916666666666667	54.124217753767816
71	0.2958333333333334	43.43524557957386
72	0.3	39.02612527117536
73	0.3041666666666664	26.284315366283973
74	0.3083333333333335	66.18128862667272
75	0.3125	22.969316961467765
76	0.3166666666666665	61.40773848554569
77	0.3208333333333333	59.24884799534812
78	0.325	41.96094395706222
79	0.3291666666666666	59.02812932884986
80	0.3333333333333333	93.78699270154672
81	0.3375	12.853425682068883
82	0.3416666666666667	16.935013442470424
83	0.3458333333333333	15.127220554105559
84	0.35	61.90218744561862
85	0.3541666666666667	25.42807032192207
86	0.3583333333333334	41.77743208090184
87	0.3625	22.60417423482296
88	0.3666666666666664	6.319514920218892
89	0.3708333333333335	45.97781759097806
90	0.375	62.76824114046361
91	0.3791666666666665	41.99670225884518
92	0.3833333333333333	16.423978217886425

Análisis de Fourier	Frequency	Magnitude
93	0.3875	60.9464359780878
94	0.3916666666666666	64.53475643914116
95	0.3958333333333333	24.008771335001253
96	0.4	20.40951780772434
97	0.4041666666666667	61.10643067496783
98	0.4083333333333333	47.2849742099213
99	0.4125	92.57630409705541
100	0.4166666666666667	235.98285302887646
101	0.4208333333333334	2.730238719724012
102	0.425	17.707345706036104
103	0.4291666666666664	36.974658949657005
104	0.4333333333333335	19.991822097405205
105	0.4375	51.37277976829622
106	0.4416666666666665	25.426680293554277
107	0.4458333333333333	7.0737410567581085
108	0.45	42.81423577160378
109	0.4541666666666666	32.80555204159881
110	0.4583333333333333	27.293229187031564
111	0.46249999999999997	24.326108259161472
112	0.4666666666666667	8.857094693553169
113	0.4708333333333333	32.01458161901059
114	0.475	16.101428954213528
115	0.4791666666666667	23.397017418842726
116	0.4833333333333334	26.050631966263843
117	0.4875	27.247531616381053
118	0.4916666666666664	22.949065185566372
119	0.4958333333333335	61.37459242187831

Análisis de Fourier	Frequency	Magnitude
120	-0.5	263.0
121	-0.4958333333333335	61.37459242187831
122	-0.49166666666666664	22.949065185566372
123	-0.4875	27.247531616381053
124	-0.4833333333333334	26.050631966263843
125	-0.4791666666666667	23.397017418842726
126	-0.475	16.101428954213528
127	-0.4708333333333333	32.01458161901059
128	-0.4666666666666667	8.857094693553169
129	-0.4624999999999997	24.326108259161472
130	-0.4583333333333333	27.293229187031564
131	-0.45416666666666666	32.80555204159881
132	-0.45	42.81423577160378
133	-0.4458333333333333	7.0737410567581085
134	-0.44166666666666665	25.426680293554277
135	-0.4375	51.37277976829622
136	-0.4333333333333335	19.991822097405205
137	-0.42916666666666664	36.974658949657005
138	-0.425	17.707345706036104
139	-0.4208333333333334	2.730238719724012
140	-0.4166666666666667	235.98285302887646
141	-0.4125	92.57630409705541
142	-0.4083333333333333	47.2849742099213
143	-0.4041666666666667	61.10643067496783
144	-0.4	20.40951780772434
145	-0.3958333333333333	24.008771335001253
146	-0.3916666666666666	64.53475643914116

Análisis de Fourier	Frequency	Magnitude
147	-0.3875	60.9464359780878
148	-0.3833333333333333	16.423978217886425
149	-0.37916666666666665	41.99670225884518
150	-0.375	62.76824114046361
151	-0.3708333333333335	45.97781759097806
152	-0.36666666666666664	6.319514920218892
153	-0.3625	22.60417423482296
154	-0.3583333333333334	41.77743208090184
155	-0.3541666666666667	25.42807032192207
156	-0.35	61.90218744561862
157	-0.3458333333333333	15.127220554105559
158	-0.3416666666666667	16.935013442470424
159	-0.3375	12.853425682068883
160	-0.3333333333333333	93.78699270154672
161	-0.3291666666666666	59.02812932884986
162	-0.325	41.96094395706222
163	-0.3208333333333333	59.24884799534812
164	-0.3166666666666665	61.40773848554569
165	-0.3125	22.969316961467765
166	-0.3083333333333335	66.18128862667272
167	-0.3041666666666664	26.284315366283973
168	-0.3	39.02612527117536
169	-0.2958333333333334	43.43524557957386
170	-0.2916666666666667	54.124217753767816
171	-0.2875	32.63162504580039
172	-0.2833333333333333	40.63754383154893
173	-0.2791666666666667	27.908454202049246

Análisis de Fourier	Frequency	Magnitude
174	-0.275	15.364858812688116
175	-0.2708333333333333	44.410675969481225
176	-0.2666666666666666	52.72774855221883
177	-0.2625	42.128898120263564
178	-0.2583333333333333	25.051060347476618
179	-0.2541666666666666	62.77163070092803
180	-0.25	393.0050890255748
181	-0.2458333333333332	59.53850948269053
182	-0.2416666666666667	63.50481479540471
183	-0.2375	58.447671250895574
184	-0.2333333333333334	53.71781338306373
185	-0.2291666666666666	45.67643150832415
186	-0.225	78.79888132781178
187	-0.2208333333333333	59.1616772709571
188	-0.2166666666666667	45.61493606367879
189	-0.2125	56.381236758794245
190	-0.2083333333333334	83.33481556419893
191	-0.2041666666666666	45.939822396169006
192	-0.2	42.85383976793891
193	-0.1958333333333333	125.13571072869122
194	-0.1916666666666665	99.64665617652888
195	-0.1875	53.73363655232242
196	-0.1833333333333332	20.269369081511165
197	-0.1791666666666667	50.166455995861746
198	-0.175	78.15025281900775
199	-0.1708333333333334	145.80348667595166
200	-0.1666666666666666	836.8536311685573

Análisis de Fourier	Frequency	Magnitude
201	-0.1625	139.4091088808337
202	-0.1583333333333333	80.20463120132638
203	-0.15416666666666667	43.99561174322748
204	-0.15	37.85095169213617
205	-0.1458333333333334	68.37788336741845
206	-0.14166666666666666	114.25731254291205
207	-0.1375	65.93792139947989
208	-0.1333333333333333	21.22150402189648
209	-0.12916666666666665	73.88201350392904
210	-0.125	96.65478727995118
211	-0.1208333333333333	59.896927426333775
212	-0.11666666666666667	23.853770370771677
213	-0.1125	93.62658727755297
214	-0.1083333333333334	128.72533506614613
215	-0.10416666666666667	162.68944324248397
216	-0.1	78.93010544981253
217	-0.0958333333333333	60.822632894262284
218	-0.0916666666666666	141.6216734122705
219	-0.0875	199.92552887517473
220	-0.0833333333333333	402.98398612891765
221	-0.0791666666666666	83.24734941912082
222	-0.075	106.64214709538942
223	-0.0708333333333333	92.93893893038334
224	-0.06666666666666667	111.04046187427373
225	-0.0625	46.79684049233113
226	-0.0583333333333334	103.0316957233733
227	-0.05416666666666667	131.01966908037824

Análisis de Fourier	Frequency	Magnitude
228	-0.05	112.62489005872806
229	-0.0458333333333333	164.3956141402228
230	-0.041666666666666664	152.13466800163545
231	-0.0375	144.06387229709614
232	-0.0333333333333333	267.4056605716139
233	-0.02916666666666667	305.58143545670066
234	-0.025	354.18797401700937
235	-0.0208333333333332	401.25246080595036
236	-0.01666666666666666	331.4433965598483
237	-0.0125	361.45941486076487
238	-0.0083333333333333	563.6756861393137
239	-0.004166666666666667	1117.2236870124905

(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/>

Reporte generado el 2025-04-04 03:07:26



Solidum Producciones
Impulsando estrategias, generando valor...

INFORMES DE LA SERIE SOBRE HERRAMIENTAS GERENCIALES

Basados en la base de datos de GOOGLE TRENDS

1. Informe Técnico 01-GT. (001/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Reingeniería de Procesos**
2. Informe Técnico 02-GT. (002/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión de la Cadena de Suministro**
3. Informe Técnico 03-GT. (003/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Planificación de Escenarios**
4. Informe Técnico 04-GT. (004/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Planificación Estratégica**
5. Informe Técnico 05-GT. (005/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Experiencia del Cliente**
6. Informe Técnico 06-GT. (006/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Calidad Total**
7. Informe Técnico 07-GT. (007/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Propósito y Visión**
8. Informe Técnico 08-GT. (008/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Benchmarking**
9. Informe Técnico 09-GT. (009/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Competencias Centrales**
10. Informe Técnico 10-GT. (010/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Cuadro de Mando Integral**
11. Informe Técnico 11-GT. (011/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Alianzas y Capital de Riesgo**
12. Informe Técnico 12-GT. (012/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Outsourcing**
13. Informe Técnico 13-GT. (013/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Segmentación de Clientes**
14. Informe Técnico 14-GT. (014/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Fusiones y Adquisiciones**
15. Informe Técnico 15-GT. (015/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión de Costos**
16. Informe Técnico 16-GT. (016/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Presupuesto Base Cero**
17. Informe Técnico 17-GT. (017/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Estrategias de Crecimiento**
18. Informe Técnico 18-GT. (018/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión del Conocimiento**
19. Informe Técnico 19-GT. (019/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión del Cambio**
20. Informe Técnico 20-GT. (020/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Optimización de Precios**
21. Informe Técnico 21-GT. (021/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Lealtad del Cliente**
22. Informe Técnico 22-GT. (022/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Innovación Colaborativa**
23. Informe Técnico 23-GT. (023/115) 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. (024/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Reingeniería de Procesos**
25. Informe Técnico 02-GB. (025/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Gestión de la Cadena de Suministro**
26. Informe Técnico 03-GB. (026/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Planificación de Escenarios**
27. Informe Técnico 04-GB. (027/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Planificación Estratégica**
28. Informe Técnico 05-GB. (028/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Experiencia del Cliente**
29. Informe Técnico 06-GB. (029/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Calidad Total**
30. Informe Técnico 07-GB. (030/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Propósito y Visión**
31. Informe Técnico 08-GB. (031/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Benchmarking**
32. Informe Técnico 09-GB. (032/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Competencias Centrales**
33. Informe Técnico 10-GB. (033/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Cuadro de Mando Integral**
34. Informe Técnico 11-GB. (034/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Alianzas y Capital de Riesgo**

35. Informe Técnico 12-GB. (035/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Outsourcing**
36. Informe Técnico 13-GB. (036/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Segmentación de Clientes**
37. Informe Técnico 14-GB. (037/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Fusiones y Adquisiciones**
38. Informe Técnico 15-GB. (038/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Gestión de Costos**
39. Informe Técnico 16-GB. (039/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Presupuesto Base Cero**
40. Informe Técnico 17-GB. (040/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Estrategias de Crecimiento**
41. Informe Técnico 18-GB. (041/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Gestión del Conocimiento**
42. Informe Técnico 19-GB. (042/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Gestión del Cambio**
43. Informe Técnico 20-GB. (043/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Optimización de Precios**
44. Informe Técnico 21-GB. (044/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Lealtad del Cliente**
45. Informe Técnico 22-GB. (045/115) Análisis de Frecuencia en el Corpus Literario de Google Books Ngram para **Innovación Colaborativa**
46. Informe Técnico 23-GB. (046/115) 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. (047/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Reingeniería de Procesos**
48. Informe Técnico 02-CR. (048/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Gestión de la Cadena de Suministro**
49. Informe Técnico 03-CR. (049/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Planificación de Escenarios**
50. Informe Técnico 04-CR. (050/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Planificación Estratégica**
51. Informe Técnico 05-CR. (051/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Experiencia del Cliente**
52. Informe Técnico 06-CR. (052/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Calidad Total**
53. Informe Técnico 07-CR. (053/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Propósito y Visión**
54. Informe Técnico 08-CR. (054/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Benchmarking**
55. Informe Técnico 09-CR. (055/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Competencias Centrales**
56. Informe Técnico 10-CR. (056/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Cuadro de Mando Integral**
57. Informe Técnico 11-CR. (057/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Alianzas y Capital de Riesgo**
58. Informe Técnico 12-CR. (058/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Outsourcing**
59. Informe Técnico 13-CR. (059/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Segmentación de Clientes**
60. Informe Técnico 14-CR. (060/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Fusiones y Adquisiciones**
61. Informe Técnico 15-CR. (061/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Gestión de Costos**
62. Informe Técnico 16-CR. (062/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Presupuesto Base Cero**
63. Informe Técnico 17-CR. (063/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Estrategias de Crecimiento**
64. Informe Técnico 18-CR. (064/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Gestión del Conocimiento**
65. Informe Técnico 19-CR. (065/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Gestión del Cambio**
66. Informe Técnico 20-CR. (066/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Optimización de Precios**
67. Informe Técnico 21-CR. (067/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Lealtad del Cliente**
68. Informe Técnico 22-CR. (068/115) Análisis bibliométrico de Publicaciones Académicas Indexadas en Crossref.org para **Innovación Colaborativa**
69. Informe Técnico 23-CR. (069/115) 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. (070/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Reingeniería de Procesos**
71. Informe Técnico 02-BU. (071/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Gestión de la Cadena de Suministro**
72. Informe Técnico 03-BU. (072/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Planificación de Escenarios**
73. Informe Técnico 04-BU. (073/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Planificación Estratégica**
74. Informe Técnico 05-BU. (074/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Experiencia del Cliente**
75. Informe Técnico 06-BU. (075/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Calidad Total**

76. Informe Técnico 07-BU. (076/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Propósito y Visión**
77. Informe Técnico 08-BU. (077/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Benchmarking**
78. Informe Técnico 09-BU. (078/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Competencias Centrales**
79. Informe Técnico 10-BU. (079/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Cuadro de Mando Integral**
80. Informe Técnico 11-BU. (080/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Alianzas y Capital de Riesgo**
81. Informe Técnico 12-BU. (081/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Outsourcing**
82. Informe Técnico 13-BU. (082/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Segmentación de Clientes**
83. Informe Técnico 14-BU. (083/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Fusiones y Adquisiciones**
84. Informe Técnico 15-BU. (084/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Gestión de Costos**
85. Informe Técnico 16-BU. (085/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Presupuesto Base Cero**
86. Informe Técnico 17-BU. (086/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Estrategias de Crecimiento**
87. Informe Técnico 18-BU. (087/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Gestión del Conocimiento**
88. Informe Técnico 19-BU. (088/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Gestión del Cambio**
89. Informe Técnico 20-BU. (089/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Optimización de Precios**
90. Informe Técnico 21-BU. (090/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Lealtad del Cliente**
91. Informe Técnico 22-BU. (091/115) Análisis estadístico de la Tasa de adopción y usabilidad - Bain & Co - para **Innovación Colaborativa**
92. Informe Técnico 23-BU. (092/115) 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. (093/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Reingeniería de Procesos**
94. Informe Técnico 02-BS. (094/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Gestión de la Cadena de Suministro**
95. Informe Técnico 03-BS. (095/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Planificación de Escenarios**
96. Informe Técnico 04-BS. (096/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Planificación Estratégica**
97. Informe Técnico 05-BS. (097/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Experiencia del Cliente**
98. Informe Técnico 06-BS. (098/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Calidad Total**
99. Informe Técnico 07-BS. (099/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Propósito y Visión**
100. Informe Técnico 08-BS. (100/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Benchmarking**
101. Informe Técnico 09-BS. (101/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Competencias Centrales**
102. Informe Técnico 10-BS. (102/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Cuadro de Mando Integral**
103. Informe Técnico 11-BS. (103/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Alianzas y Capital de Riesgo**
104. Informe Técnico 12-BS. (104/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Outsourcing**
105. Informe Técnico 13-BS. (105/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Segmentación de Clientes**
106. Informe Técnico 14-BS. (106/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Fusiones y Adquisiciones**
107. Informe Técnico 15-BS. (107/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Gestión de Costos**
108. Informe Técnico 16-BS. (108/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Presupuesto Base Cero**
109. Informe Técnico 17-BS. (109/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Estrategias de Crecimiento**
110. Informe Técnico 18-BS. (110/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Gestión del Conocimiento**
111. Informe Técnico 19-BS. (111/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Gestión del Cambio**
112. Informe Técnico 20-BS. (112/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Optimización de Precios**
113. Informe Técnico 21-BS. (113/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Lealtad del Cliente**
114. Informe Técnico 22-BS. (114/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Innovación Colaborativa**
115. Informe Técnico 23-BS. (115/115) Análisis cuantitativo del Índice Perceptivo de Satisfacción - Bain & Co - para **Talento y Compromiso**

Spiritu Sancto, Paraclete 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 base de datos de GOOGLE TRENDS

1. Informe Técnico 01-GT. (001/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Reingeniería de Procesos**
2. Informe Técnico 02-GT. (002/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión de la Cadena de Suministro**
3. Informe Técnico 03-GT. (003/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Planificación de Escenarios**
4. Informe Técnico 04-GT. (004/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Planificación Estratégica**
5. Informe Técnico 05-GT. (005/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Experiencia del Cliente**
6. Informe Técnico 06-GT. (006/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Calidad Total**
7. Informe Técnico 07-GT. (007/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Propósito y Visión**
8. Informe Técnico 08-GT. (008/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Benchmarking**
9. Informe Técnico 09-GT. (009/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Competencias Centrales**
10. Informe Técnico 10-GT. (010/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Cuadro de Mando Integral**
11. Informe Técnico 11-GT. (011/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Alianzas y Capital de Riesgo**
12. Informe Técnico 12-GT. (012/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Outsourcing**
13. Informe Técnico 13-GT. (013/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Segmentación de Clientes**
14. Informe Técnico 14-GT. (014/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Fusiones y Adquisiciones**
15. Informe Técnico 15-GT. (015/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión de Costos**
16. Informe Técnico 16-GT. (016/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Presupuesto Base Cero**
17. Informe Técnico 17-GT. (017/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Estrategias de Crecimiento**
18. Informe Técnico 18-GT. (018/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión del Conocimiento**
19. Informe Técnico 19-GT. (019/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Gestión del Cambio**
20. Informe Técnico 20-GT. (020/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Optimización de Precios**
21. Informe Técnico 21-GT. (021/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Lealtad del Cliente**
22. Informe Técnico 22-GT. (022/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Innovación Colaborativa**
23. Informe Técnico 23-GT. (023/115) Análisis de Tendencias de Búsqueda en Google Trends para **Talento y Compromiso**

