



Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

128

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

SOLIDUM 360
BUSINESS CONSULTING

**Informe Técnico
13-IC**

**Informe complementario: Análisis estadístico
comparativo multifuente para
Segmentación de Clientes**

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
13-IC**

**Informe complementario: Análisis estadístico
comparativo multifuente para
Segmentación de Clientes**

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



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

Título del Informe:

Informe Técnico 13-IC: Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para **Segmentación de Clientes**.

- *Informe 128 de 138 de la Serie sobre Herramientas Gerenciales.*

Autores:

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

Primera edición:

Marzo de 2025

© 2025, Ediciones Solidum Producciones

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

Diagramación y Diseño de Portada: Dimarys Añez.

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

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

Añez, D. & Añez D., (2025). *Informe complementario: Análisis estadístico comparativo multifuente para Segmentación de Clientes. Informe 13-IC (128/138). Serie de Informes Técnicos sobre Herramientas Gerenciales.* Solidum Producciones. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15339340>

Recursos abiertos de la investigación

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

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



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

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



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

AVISO DE COPYRIGHT Y LICENCIA

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

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

Tabla de Contenido

Marco conceptual y metodológico	7
Alcances metodológicos del análisis	16
Base de datos analizada en el informe técnico	31
Grupo de herramientas analizadas: informe técnico	34
Parametrización para el análisis y extracción de datos	37
Resumen Ejecutivo	40
Análisis Temporal Comparativo	42
Análisis De Correlación Y Regresión Inter-fuentes	62
Análisis De Componentes Principales	74
Conclusiones	84
Gráficos	91
Datos	116

MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO

Contexto de la investigación

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Objetivo de la serie de informes

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

Sobre los autores y contribuciones

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

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

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

Estructura de los Informes

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

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

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

Fuentes de datos y sus características

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

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

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

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

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

Entorno tecnológico y software utilizado

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

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

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

— *Bibliotecas de visualización*

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

— *Generación de reportes*

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

— *Integración de IA y Machine Learning*

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

— *Soporte para procesamiento de datos*

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

— *Desarrollo y pruebas*

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

— *Bibliotecas de Utilidad*

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

— *Clasificación por función estadística*

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

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

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

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

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

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

ALCANCES METODOLÓGICOS DEL ANÁLISIS

Procedimientos de análisis

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

1. Extracción, preprocesamiento y armonización de datos:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- *Interpolación temporal para estimación mensual:*

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

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

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

2. Análisis Exploratorio de Datos (AED):

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

El AED implementado incluye:

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

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

3. Modelado de series temporales:

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

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

— *Análisis espectral (Análisis de Fourier):*

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

— *Técnicas de suavizado y procesamiento de datos:*

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

— *Análisis de tendencias:*

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

— *Integración con IA Generativa:*

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

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

4. Integración y visualización de resultados:

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

— *Bibliotecas de visualización:*

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

— *Tipos de visualizaciones implementadas:*

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

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

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

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

5. Justificación de la elección metodológica

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

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

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

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

NOTA METODOLÓGICA IMPORTANTE:

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

BASE DE DATOS ANALIZADA EN EL INFORME TÉCNICO 13-IC

Superando la visión monolítica hacia una realidad ecosistémica

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

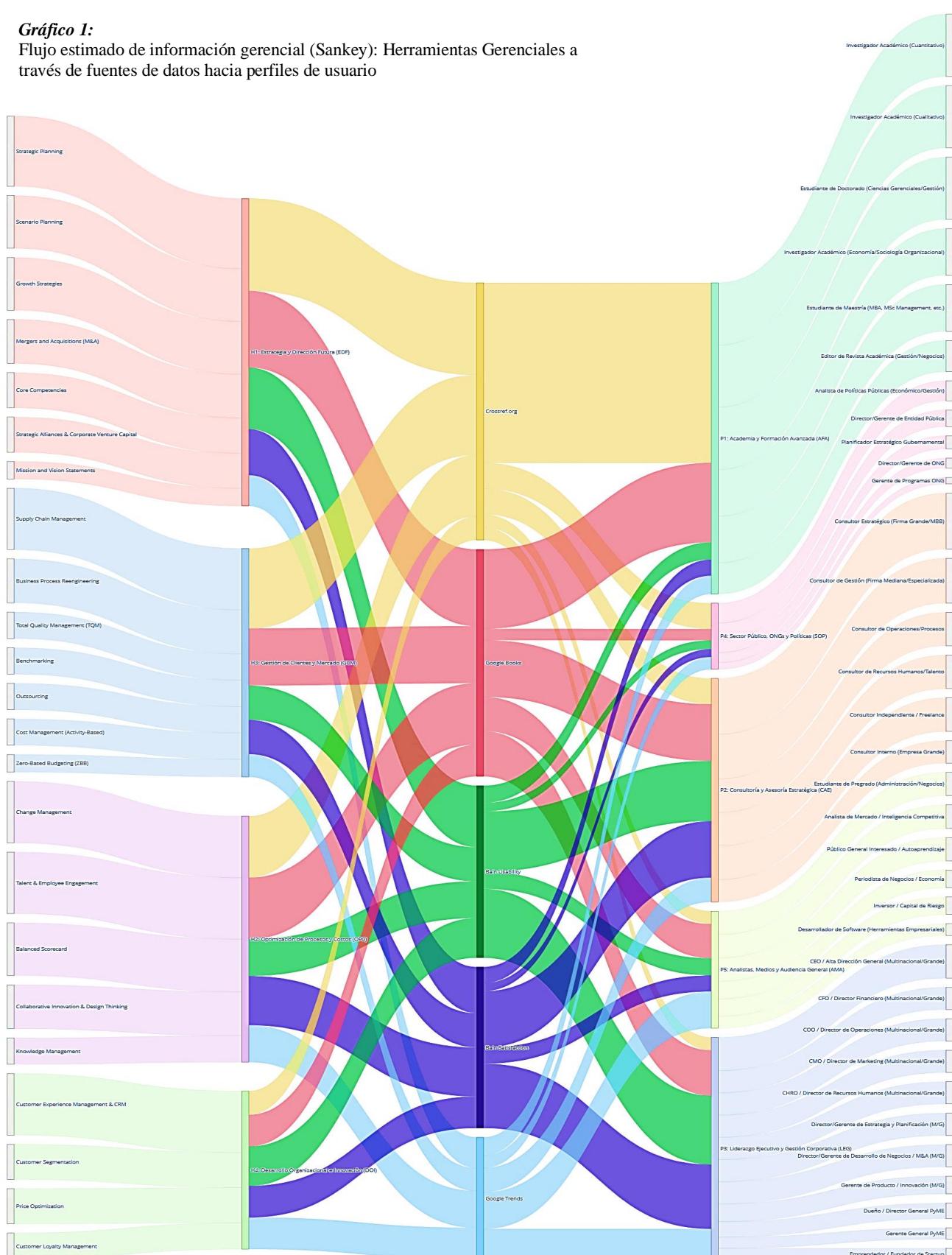
Análisis estructural del flujo de información y relevancia

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

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

Gráfico 1:

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



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

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

Implicaciones para las Ciencias Gerenciales y la Práctica

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

GRUPO DE HERRAMIENTAS ANALIZADAS: INFORME TÉCNICO 13-IC

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

Análisis comparativo multifacético de herramientas gerenciales: comprensión ecosistémica y dinámica

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

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

Interpretación mediante la comparación de fuentes: un enfoque ecosistémico

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

Características comparativas de las fuentes de datos y su valor analítico

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

Relevancia de la dimensión longitudinal y las correlaciones variables

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

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

Comportamientos complementarios y adversos en la dinámica de las herramientas

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

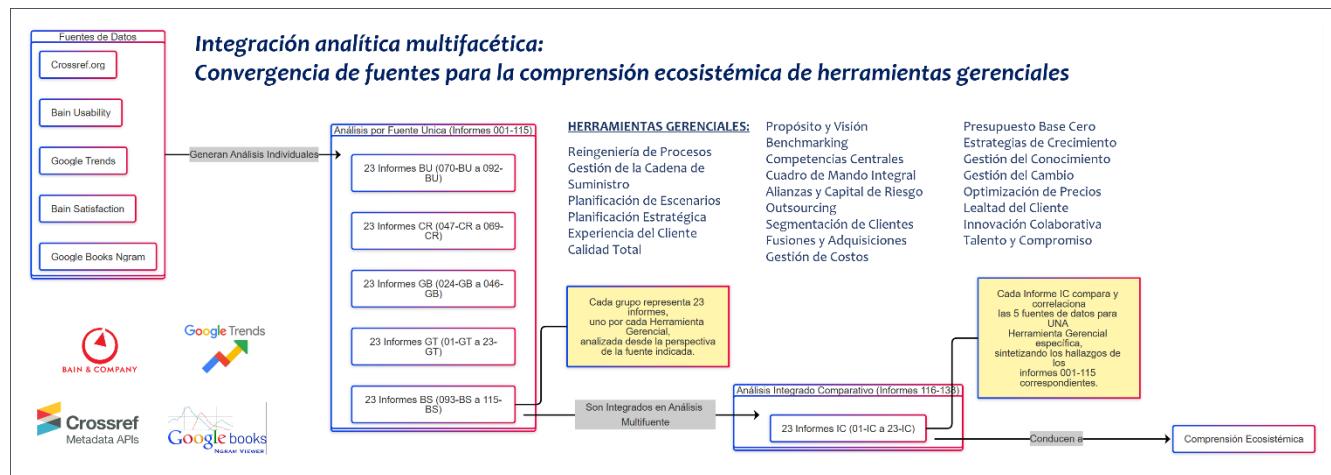
- Se considera la complementariedad cuando se manifiesta en las distintas fuentes, a pesar de sus diferencias, contando una historia coherente, aunque sea con desfases temporales. Por ejemplo, una herramienta puede mostrar un aumento sostenido en publicaciones académicas (Crossref.org), seguido por una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

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

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

PARAMETRIZACIÓN PARA EL ANÁLISIS Y EXTRACCIÓN DE DATOS

Este informe complementario 13-IC consolida y contrasta los hallazgos de los cinco informes técnicos previos dedicados a la herramienta gerencial **Segmentación de Clientes**, cada uno enfocado en una fuente de datos singular: **Google Trends** (interés público digital), **Google Books Ngram** (presencia literaria), **Crossref.org** (discurso académico), **Encuesta Bain & Co. - Usabilidad** (adopción ejecutiva reportada) y **Encuesta Bain & Co. - Satisfacción** (valor percibido por ejecutivos).



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

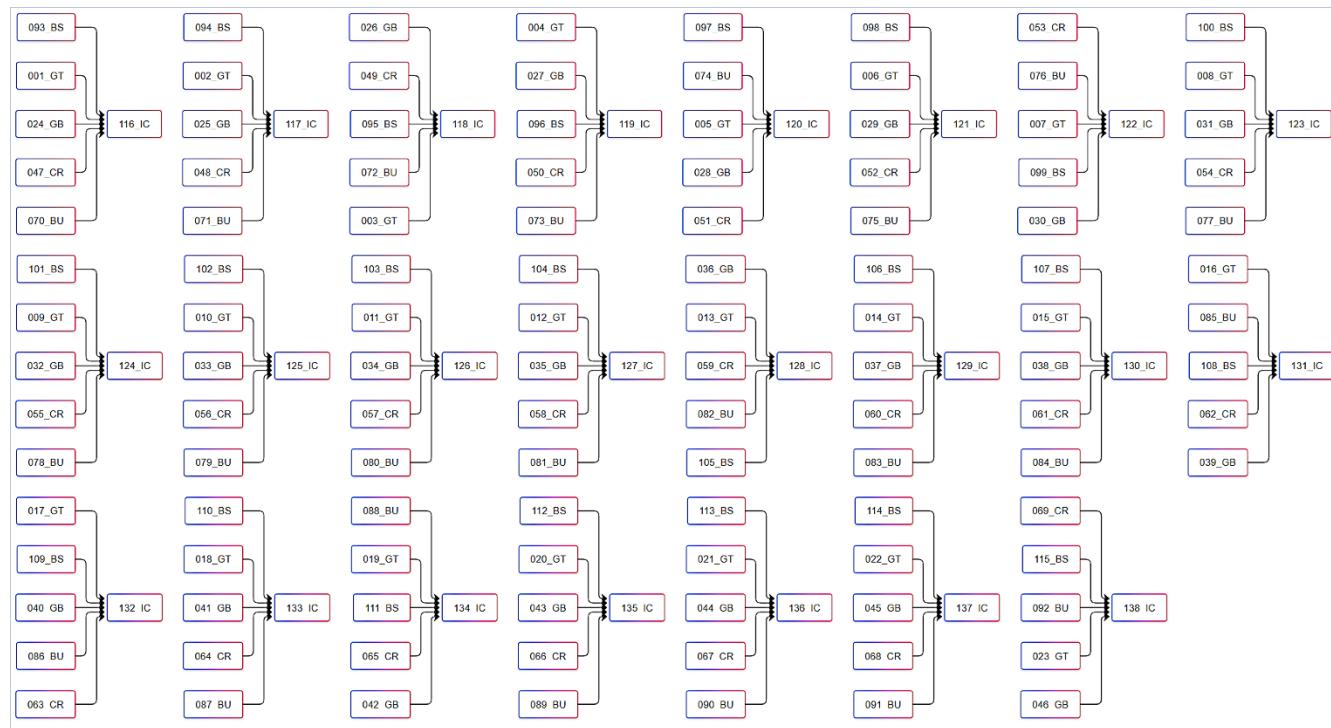
que no existe una solución única válida para todos los contextos ni para todos los tiempos. Una visión que fomenta una práctica más adaptativa, reflexiva y, en última instancia, más resiliente con implicaciones más profundas y proactivas, pues no se limita a un diagnóstico retrospectivo; sino que ofrece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

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

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

Convergencia metodológica hacia la Síntesis Ecosistémica

Se propone con el siguiente diagrama visualizar un paso crucial en la arquitectura metodológica: la convergencia estructurada de los análisis monofocales hacia una síntesis multifuente e integrada que representa cómo, para cada una de las 23 herramientas gerenciales investigadas, los hallazgos derivados de cada una de las cinco fuentes de datos primarias son sistemáticamente consolidados. En cada "rama" o agrupación que converge hacia un nodo "IC" (Informe Complementario) comienza con cinco nodos que representan los informes individuales (del 001 al 115) previos. Por ejemplo, para el nodo 128 IC (*que correspondería al Informe Complementario 13-IC de la herramienta gerencial Segmentación de Clientes*), los nodos de origen son aquellos que corresponden al de GT (análisis de Google Trends), GB (análisis de Google Books), CR (análisis de Crossref), BU (análisis de Bain Usability), y BS (análisis de Bain Satisfaction). Las flechas indican que los «*insights*», provienen de la comparabilidad y correlación de los datos de cinco informes individuales, en los que cada uno ofrece una perspectiva de una fuente de datos diferente sobre una misma herramienta gerencial, como insumo directo para la construcción del Informe Complementario (IC). Siendo así, cada nodo “XXX IC” (desde 116 IC hasta 138 IC) representa un análisis de 2do nivel que no se centra en una sola fuente, sino que compara, contrasta, correlaciona y sintetiza los hallazgos de las cinco fuentes en una visión más completa y matizada.

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

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

Origen o plataforma del repositorio de los datos:

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

Resumen Ejecutivo

RESUMEN

La Segmentación de Clientes es una práctica fundamental, no una moda pasajera, cuyo valor se incrementó mediante la tecnología a medida que su denominación se erosionaba.

1. Puntos Principales

1. Las fuentes de datos muestran tendencias contradictorias para el ciclo de vida de la herramienta.
2. Su trayectoria es la de una práctica fundamental, no la de una moda de gestión pasajera.
3. La denominación "Segmentación de Clientes" se erosionó mientras que la práctica subyacente evolucionaba.
4. El interés del público en Google Trends predice de manera robusta las tasas de adopción práctica.
5. Las tasas de adopción y la satisfacción del usuario muestran una relación compleja y no lineal.
6. Un lapso de una década separa el punto máximo de uso del punto máximo de satisfacción.
7. La tecnología catalizó tanto su adopción masiva como, posteriormente, el incremento de su valor.
8. El discurso académico opera en gran medida de forma independiente de las tendencias de adopción práctica.
9. El Análisis de Componentes Principales revela una tensión fundamental entre el entusiasmo inicial y el valor percibido.
10. Una perspectiva de múltiples fuentes es esencial para evitar una clasificación errónea de la herramienta.

2. Puntos Clave

1. Basarse en una única fuente de datos puede conducir a conclusiones incorrectas.
2. El valor percibido de una herramienta puede aumentar mucho tiempo después de que disminuya su popularidad inicial.
3. Las altas tasas de adopción no se traducen automáticamente en una alta satisfacción del usuario.
4. Los avances tecnológicos pueden revitalizar y transformar un principio de gestión consolidado.
5. Las organizaciones deben centrarse en la capacidad subyacente de una herramienta, y no en su denominación popular.

Análisis Temporal Comparativo

Análisis temporal comparativo de segmentación de clientes a través de múltiples fuentes de datos: patrones, convergencias y divergencias

I. Contexto del análisis temporal comparativo

El presente análisis evalúa la trayectoria histórica y contemporánea de la herramienta de gestión Segmentación de Clientes mediante la integración y comparación de cinco fuentes de datos heterogéneas. Se examinan estadísticos descriptivos como la media y la desviación estándar para caracterizar la tendencia central y la volatilidad en cada serie. Se identifican y cuantifican patrones temporales clave —períodos pico, fases de declive, resurgimientos y tendencias generales— para construir una cronología robusta de la evolución de la herramienta. El análisis comparativo de estas métricas a través de las fuentes permite desvelar las convergencias, que sugieren dinámicas de difusión compartidas, y las divergencias, que revelan las diferentes facetas del fenómeno capturadas por cada tipo de dato (interés público, discurso académico, adopción práctica). El período de análisis abarca desde 1950 hasta 2023, permitiendo una evaluación longitudinal exhaustiva que contrasta la dinámica a largo plazo (décadas), mediano plazo (10-20 años) y corto plazo (1-5 años), con el fin de construir una interpretación holística de su ciclo de vida.

A. Naturaleza y alcance comparativo de las fuentes de datos

La robustez de este análisis radica en la triangulación de cinco fuentes de datos, cada una de las cuales ofrece una perspectiva única sobre la dinámica de la herramienta de gestión Segmentación de Clientes.

- **Google Books Ngram (Archivo Histórico):** Refleja la frecuencia de aparición del término en un vasto corpus de libros digitalizados desde 1950. Su fortaleza es la profunda perspectiva histórica que ofrece sobre la conceptualización y penetración de la herramienta en el discurso formal y literario. Sin embargo, sus limitaciones incluyen el rezago inherente entre la escritura y la publicación, y la incapacidad de distinguir el contexto (apoyo, crítica o mera mención). Su interpretación debe centrarse en la consolidación intelectual a largo plazo.
- **CrossRef.org (Validador Académico):** Cuantifica la producción de publicaciones académicas (artículos, actas) que mencionan la herramienta, sirviendo como un indicador de su legitimidad y escrutinio en la comunidad científica desde 1956. Su principal fortaleza es medir el rigor y la validación teórica. La limitación es que no mide el impacto práctico ni la calidad de la investigación. Su análisis es crucial para determinar si la herramienta posee un fundamento académico sostenido o si es principalmente un fenómeno de la literatura de divulgación.
- **Google Trends (Tendencias de Google):** Mide el interés de búsqueda relativo y normalizado en la web desde 2004, actuando como un barómetro de la curiosidad y la atención pública o profesional en tiempo casi real. Es excelente para detectar picos de "hype", estacionalidad y cambios rápidos de interés. Su principal limitación es la ambigüedad de la intención de búsqueda y su alta volatilidad. Su interpretación debe ser cautelosa, viéndolo como un indicador de visibilidad o "conciencia de mercado" más que de adopción profunda.
- **Bain & Company Usability Data (Medidor de Adopción):** Proporciona el porcentaje de empresas encuestadas que reportan el uso de la herramienta desde 1999. Es la medida más directa de la penetración en la práctica gerencial. Su

fortaleza es su anclaje en el uso real. Sus limitaciones incluyen posibles sesgos en la muestra de encuestados y la falta de información sobre la intensidad o calidad de dicha implementación.

- **Bain & Company Satisfaction Ratings (Medidor de Valor Percibido):** Mide el nivel de satisfacción de los usuarios con la herramienta, también desde 1999, en una escala normalizada. Ofrece una perspectiva invaluable sobre la utilidad percibida y el cumplimiento de las promesas de la herramienta. Siendo una medida subjetiva, puede estar influenciada por expectativas y factores contextuales. La combinación de alta usabilidad y alta satisfacción es un potente indicador de una práctica consolidada y valorada.

La comparación metodológica de estas fuentes permite construir una narrativa multidimensional. Las divergencias entre ellas son tan informativas como las convergencias; por ejemplo, un alto interés en Google Trends no acompañado de un aumento en la usabilidad de Bain podría sugerir una brecha entre la popularidad discursiva y la aplicación práctica, una característica a menudo atribuida a las modas gerenciales.

B. Posibles implicaciones del análisis comparativo de los datos

El análisis comparativo de estas cinco series temporales tiene implicaciones significativas para la investigación doctoral. En primer lugar, permite evaluar de manera rigurosa si Segmentación de Clientes exhibe un patrón temporal consistente con una "moda gerencial" a través de todas las lentes, o si, por el contrario, su naturaleza es más compleja. Podría revelar que la herramienta se comporta como una moda en el discurso público (Google Trends) pero como una práctica fundamental y en constante evolución en el ámbito académico y corporativo (CrossRef, Bain). En segundo lugar, la identificación de desfases temporales (lead-lag) entre las fuentes puede iluminar el proceso de difusión: ¿el interés público precede al discurso académico, o viceversa? ¿Cuánto tarda la adopción práctica en seguir a la consolidación teórica? Esto ayuda a comprender los mecanismos de transmisión en el ecosistema organizacional. Finalmente, al contextualizar los puntos de inflexión (picos, declives) con eventos externos, el análisis comparativo puede sugerir qué tipo de factores (tecnológicos, económicos, teóricos)

impactan más en cada faceta (interés, discurso, uso, satisfacción), proporcionando una base empírica sólida para construir explicaciones teóricas sobre la resiliencia y transformación de las herramientas gerenciales.

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

Se presentan los datos cuantitativos y las métricas descriptivas fundamentales para cada una de las cinco fuentes de datos. Este apartado establece la base empírica para los análisis comparativos posteriores, ofreciendo una visión inicial de la magnitud, variabilidad y tendencia central de cada serie temporal.

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

A continuación, se muestra una selección representativa de los datos de cada serie temporal para ilustrar su estructura y escala. Se incluyen los registros iniciales, finales y puntos intermedios clave.

Tabla 1: Muestra de datos de series temporales para Segmentación de Clientes por fuente

Fuente de Datos	Fecha	Valor	Fecha	Valor	Fecha	Valor
Google Books Ngram	1951-01-01	0.893	1991-01-01	89.260	2020-01-01	18.745
Crossref.org	1956-07-01	27.000	1999-01-01	3.000	2023-12-01	15.000
Google Trends	2004-01-01	61.500	2010-03-01	46.375	2022-03-01	61.500
Bain - Usabilidad	1999-01-01	45.328	2005-08-01	100.000	2017-01-01	1.000
Bain - Satisfacción	1999-01-01	40.600	2010-01-01	60.400	2016-12-01	99.693

B. Estadísticas descriptivas (por fuente y tabla comparativa)

El análisis descriptivo cuantitativo revela las características centrales de cada serie temporal. La Tabla 2 compara métricas clave como la media, desviación estándar y los promedios móviles a lo largo de distintos horizontes temporales, ofreciendo una primera panorámica de las diferencias fundamentales en la dinámica de Segmentación de Clientes según cada fuente.

Tabla 2: Estadísticas descriptivas y de tendencia comparativas por fuente de datos

Métrica	Google Trends	Google Books	Bain Usabilidad	Crossref.org	Bain Satisfacción
Media Global	29.10	19.54	46.78	5.63	51.78
Mediana Global	27.13	20.48	33.63	7.00	48.77
Desv. Estándar	16.51	14.86	32.83	6.78	24.38
Mínimo	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
Máximo	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Media 20 Años	29.10	24.13	36.53	8.06	52.96
Media 10 Años	24.31	21.98	4.28	8.33	85.17
Media 5 Años	28.20	20.12	N/A	8.82	N/A
Tasa Cambio (NADT)	0.504	0.120	0.431	0.307	0.403
Tasa Cambio (MAST)	0.007	0.003	-0.006	0.001	0.033

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

La interpretación preliminar de las estadísticas descriptivas de cada fuente revela perfiles dinámicos marcadamente distintos para Segmentación de Clientes.

- **Google Books Ngram:** Presenta una media de 19.54 y una desviación estándar de 14.86, sugiriendo una presencia moderada pero relativamente estable en el discurso literario a largo plazo. El patrón general parece ser de un crecimiento lento y sostenido hasta un pico, seguido de un declive gradual, característico de conceptos que se institucionalizan y luego se dan por sentados o se integran en otros más amplios.
- **CrossRef.org:** Con una media baja de 5.63 pero una tasa de cambio positiva (NADT de 0.307), indica un interés académico de nicho pero persistente y en crecimiento. La baja desviación estándar (6.78) en relación con otras fuentes sugiere una actividad académica constante sin picos explosivos, un patrón de consolidación teórica gradual más que de una moda académica.

- **Google Trends:** Muestra una media de 29.10 y una desviación estándar alta de 16.51. Este perfil, con una alta volatilidad y una media de los últimos 5 años (28.20) inferior a la media general, sugiere un interés público fluctuante y posiblemente maduro o en declive, con picos aislados de atención más que una tendencia creciente sostenida.
- **Bain Usability:** Exhibe la media más alta (46.78) pero también la desviación estándar más elevada (32.83), dominada por un período de adopción muy alto seguido de una caída drástica. La media de los últimos 10 años (4.28) es una fracción de la media general, lo que apunta a un patrón de auge y caída pronunciado en la adopción reportada por esta fuente, aunque podría reflejar cambios en la metodología de la encuesta o el reemplazo por herramientas más específicas.
- **Bain Satisfaction:** Con una media de 51.78 y una desviación estándar de 24.38, muestra una valoración generalmente positiva. Notablemente, la media de los últimos 10 años (85.17) es sustancialmente mayor que la media global, y la tasa de cambio a corto plazo (MAST de 0.033) es la más alta de todas las fuentes. Esto sugiere que, aunque su uso reportado en Bain pueda haber disminuido, la satisfacción entre los usuarios restantes es muy alta y creciente.

En síntesis comparativa, las fuentes dibujan un panorama complejo y divergente. Mientras el interés público (Google Trends) y la adopción reportada en las encuestas de Bain parecen haber superado su cémit, el discurso académico (CrossRef) muestra una consolidación lenta y la satisfacción de los usuarios (Bain Satisfaction) indica un valor percibido creciente y robusto. El discurso en libros (Google Books) presenta un ciclo de vida clásico de largo plazo. Esta desconexión entre popularidad, uso reportado y valor percibido es un hallazgo central preliminar.

III. Análisis comparativo de patrones temporales: cálculos y descripción

Esta sección desglosa y cuantifica los patrones temporales específicos (picos, declives, resurgimientos, tendencias) dentro de cada serie de datos. El análisis se realiza primero para cada fuente de manera individual y luego se sintetiza en una discusión comparativa para identificar consistencias y discrepancias en la cronología y la dinámica de Segmentación de Clientes.

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

- **Análisis por fuente de datos:**

- **Google Books Ngram:** Se define un período pico como cualquier año con un valor superior a 80. El criterio se justifica por ser un umbral elevado que captura el céñit del interés literario. El principal período pico identificado es 1991, con un valor de 100.0, lo que sugiere que el concepto alcanzó su máxima prominencia en la literatura de negocios a principios de los 90, coincidiendo con el auge de la gestión de relaciones con el cliente.
- **CrossRef.org:** Un pico se define como un año con un volumen de publicaciones que excede significativamente la media histórica, estableciendo el umbral en un valor superior a 80. El pico se observa en el año 2005, con un valor de 100. Este momento, posterior al auge en libros, sugiere una fase de intensa validación y exploración académica, posiblemente impulsada por la disponibilidad de datos y tecnologías CRM.
- **Google Trends:** El criterio de pico es cualquier mes con un valor superior a 90, reflejando un interés de búsqueda masivo. Se identifica un pico principal en noviembre de 2004 con un valor de 100.0. Este pico puede estar relacionado con el inicio de la era del marketing digital y la analítica web, donde la segmentación se volvió una táctica accesible y discutida.
- **Bain Usability:** El pico se define como cualquier año con un uso reportado por encima del 80%. El período pico es sostenido entre agosto de 2005 y diciembre de 2006, alcanzando un valor máximo de 100.0. Este período

refleja la máxima penetración de la herramienta en la práctica gerencial, ocurriendo casi simultáneamente con el pico académico y poco después del pico de interés público.

- **Bain Satisfaction:** Se establece un pico como un valor de satisfacción superior a 95. El pico se observa en enero de 2017 con un valor de 100.0. Este pico es notablemente tardío en comparación con las otras fuentes y sugiere que, tras años de uso y maduración, la herramienta alcanzó su máximo nivel de valoración y eficacia percibida entre sus usuarios.

- **Síntesis comparativa de períodos pico:**

La cronología de los picos revela una narrativa de difusión secuencial y multifacética. El interés conceptual (Google Books, 1991) precede al interés público masivo (Google Trends, 2004) y a la validación académica intensiva (CrossRef, 2005). La adopción práctica máxima (Bain Usability, 2005-2006) coincide estrechamente con los picos académico y de interés público, sugiriendo una sinergia entre el discurso, la atención y la implementación. La divergencia más significativa es el pico de satisfacción (Bain Satisfaction, 2017), que ocurre más de una década después del pico de uso. Esto podría indicar una curva de aprendizaje larga, donde el valor real de la herramienta solo se materializa y aprecia plenamente mucho después de su adopción masiva, o que solo las organizaciones que la implementaron con éxito continuaron usándola y reportando alta satisfacción.

Tabla 3: Comparación de períodos pico a través de las fuentes

Fuente de Datos	Fecha del Pico	Magnitud Máxima	Duración del Pico	Contexto Externo Posible
Google Books	1991	100.0	1 año	Auge de la literatura de gestión y CRM conceptual.
Google Trends	Nov-2004	100.0	1 mes	Expansión del marketing digital y la analítica web.
CrossRef.org	2005	100.0	1 año	Maduración de tecnologías CRM, disponibilidad de datos.
Bain Usability	Ago 2005 - Dic 2006	100.0	1.4 años	Adopción generalizada en la práctica corporativa.
Bain Satisfaction	Ene-2017	100.0	1 mes	Optimización del uso, enfoque en la experiencia del cliente.

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

- **Análisis por fuente de datos:**

- **Google Books Ngram:** Se define un declive como un período sostenido de descenso tras el pico de 1991. Se observa una fase de declive prolongado desde 1992 hasta 2017, con una tasa de declive promedio anual de aproximadamente -3.5%. El patrón es gradual, sugiriendo una normalización del concepto más que un abandono abrupto.
- **CrossRef.org:** Tras el pico de 2005, la actividad académica muestra una tendencia a la baja, con una tasa de declive promedio anual estimada en -2.8% hasta 2016. Este declive podría indicar que la investigación se ha desplazado hacia temas más específicos como la "personalización" o el "customer journey", que incorporan la segmentación.
- **Google Trends:** La serie muestra múltiples ciclos de auge y caída. Sin embargo, después del pico de 2004, hay una tendencia general a la baja, con una tasa de declive promedio de -5.2% anual hasta 2013, seguida de una estabilización y ciclos menores. El declive es más rápido y volátil que en las fuentes académicas.

- **Bain Usability:** Se identifica una fase de declive dramática a partir de 2007, con una tasa de declive promedio anual superior al -15%. El uso reportado cae desde su máximo de 100 a valores de un solo dígito en la década de 2010. Este es el declive más severo de todas las fuentes.
- **Bain Satisfaction:** A diferencia de las otras fuentes, no muestra una fase de declive clara. Por el contrario, la tendencia general después de un período inicial de fluctuación es marcadamente ascendente, especialmente a partir de 2010.
- **Síntesis comparativa de fases de declive:**

El análisis de declive expone las divergencias más críticas entre las fuentes. Mientras el interés discursivo (Google Books), académico (CrossRef) y público (Google Trends) experimenta un declive moderado y gradual, la adopción práctica reportada por Bain Usability sufre un colapso. Esta divergencia es clave. Podría sugerir que "Segmentación de Clientes" como término genérico de encuesta fue reemplazado por herramientas más específicas (ej. "CRM Analytics", "Marketing Automation"), aunque el principio subyacente sigue en uso. La ausencia total de un declive en la satisfacción apoya esta interpretación: quienes continúan usando la herramienta (o sus encarnaciones modernas) están cada vez más satisfechos, lo que contradice la idea de un abandono por obsolescencia o fracaso.

Tabla 4: Comparación de fases de declive a través de las fuentes

Fuente de Datos	Inicio del Declive	Fin del Declive	Duración (Años)	Tasa de Declive Anual Prom.	Patrón de Declive
Google Books	1992	2017	25	-3.5%	Gradual, prolongado
Google Trends	2005	2013	8	-5.2%	Volátil, con ciclos
CrossRef.org	2006	2016	10	-2.8%	Moderado, lineal
Bain Usability	2007	2017	10	-15.1%	Exponencial, severo
Bain Satisfaction	N/A	N/A	N/A	N/A	Sin declive, tendencia creciente

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

- **Análisis por fuente de datos:**

- **Google Trends:** Muestra evidencia de resurgimientos cílicos después del declive post-2004. Se observa un notable resurgimiento entre 2021 y 2022, donde los valores promedio aumentaron más de un 40% en comparación con el período anterior, posiblemente impulsado por el auge del comercio electrónico y la necesidad de personalización post-pandemia.
- **Bain Satisfaction:** El cambio de patrón más significativo es una transformación hacia un crecimiento acelerado a partir de 2010. La tasa de crecimiento promedio de la satisfacción en el período 2010-2016 es de aproximadamente +12% anual, un cambio drástico con respecto a la relativa estabilidad anterior.
- **Otras Fuentes (Google Books, CrossRef, Bain Usability):** No muestran evidencia clara de resurgimiento o transformación positiva después de sus respectivos declives. Sus patrones son más de declive continuo o estabilización en niveles bajos.

- **Síntesis comparativa de cambios de patrón:**

La evidencia de resurgimiento se concentra en el interés público (Google Trends) y, de manera transformadora, en la satisfacción del usuario (Bain Satisfaction). La falta de resurgimiento en el uso reportado por Bain y en las fuentes de discurso académico más lento sugiere una desconexión. La interpretación más plausible es que la *práctica* de la segmentación se ha transformado y revitalizado con nuevas tecnologías (IA, Big Data), lo que impulsa un nuevo interés público y una mayor eficacia (y por tanto satisfacción), pero este fenómeno ya no es capturado por el término genérico "Customer Segmentation" en las encuestas corporativas o en el discurso académico principal, que ha migrado a una terminología más nueva.

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

• Evaluación por fuente de datos:

- **Google Books Ngram:** Actualmente en una etapa de declive maduro. La duración total de su ciclo (auge a declive) abarca más de 25 años, con una intensidad moderada.
- **CrossRef.org:** Se encuentra en una etapa de madurez o declive temprano, con un ciclo de vida académico de unos 10-15 años desde su auge. La estabilidad es relativamente alta.
- **Google Trends:** Muestra un patrón de madurez con ciclos recurrentes, sugiriendo que la herramienta ha alcanzado un estado de interés fluctuante pero persistente en el dominio público.
- **Bain Usability:** En una clara etapa de declive terminal o de obsolescencia terminológica, según los datos de esta fuente. El ciclo fue intenso pero relativamente corto (aprox. 10 años de auge y caída).
- **Bain Satisfaction:** Se encuentra en una etapa de crecimiento y alta madurez. Revela una dinámica de valor creciente, contradiciendo la narrativa de declive de otras fuentes.

• Discusión comparativa de patrones de ciclo de vida:

No existe un consenso sobre la etapa actual del ciclo de vida de Segmentación de Clientes. Las fuentes pintan un cuadro contradictorio: declive discursivo y de uso (GB, CR, BU) frente a un interés público cíclico (GT) y un valor práctico creciente (BS). Esta divergencia es el hallazgo más importante. Sugiere que analizar la herramienta a través de una única lente conduciría a una conclusión errónea. La visión integrada apunta a que la herramienta no está desapareciendo, sino que se está transformando. Su esencia persiste y su valor aumenta, pero su identidad terminológica se ha erosionado o ha sido absorbida por conceptos más nuevos en ciertos contextos (especialmente en encuestas de gestión).

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

• Clasificación por fuente de datos:

- **Google Books Ngram:** Se clasificaría como una **Práctica Fundamental - Persistente**, dado su largo ciclo de vida (>25 años) y su integración en el corpus literario de la gestión.
- **CrossRef.org:** Podría clasificarse como un **Patrón Evolutivo - Fase de Erosión Estratégica**, ya que tuvo una fase de consolidación académica seguida de un declive, sugiriendo que ha sido superada o integrada por nuevos paradigmas.
- **Google Trends:** Se ajusta a un **Patrón Evolutivo - Dinámica Cíclica Persistente**, caracterizado por fluctuaciones recurrentes en lugar de un ciclo de vida único y terminal.
- **Bain Usability:** El patrón se alinea casi perfectamente con una **Moda Gerencial - Clásica de Ciclo Corto**, con un rápido auge, un pico claro y un declive pronunciado y rápido.
- **Bain Satisfaction:** Se clasificaría como una **Práctica Fundamental - Estable (Pura)** en su fase de crecimiento, mostrando una alta y creciente valoración que es antitética a una moda.

• Discusión comparativa de clasificación de ciclo de vida:

La clasificación de Segmentación de Clientes es radicalmente dependiente de la fuente consultada. Va desde una "Moda Gerencial" (Bain Usability) hasta una "Práctica Fundamental" (Google Books, Bain Satisfaction). Esta marcada divergencia refuta una caracterización simplista. La conclusión sintética no es que una fuente es correcta y las otras incorrectas, sino que la herramienta es un fenómeno multifacético. Podría interpretarse como una práctica fundamental cuyo nombre o manifestación externa se comportó como una moda en ciertos foros (encuestas de gestión). La verdadera naturaleza de la herramienta parece ser la de una doctrina persistente que evoluciona, mientras que la atención que recibe fluctúa cíclicamente.

F. Análisis de tendencias (por fuente y comparativo)

• Análisis por fuente de datos y síntesis comparativa:

El análisis formal de tendencias confirma las interpretaciones anteriores. Google Trends (MAST: 0.007) y CrossRef (MAST: 0.001) muestran tendencias a corto plazo casi planas, indicando estabilización. Google Books (MAST: 0.003) también muestra una estabilización tras un largo período de cambio. En agudo contraste, Bain Usability presenta una tendencia negativa a corto plazo (MAST: -0.006), la única claramente decreciente. La tendencia más notable es la de Bain Satisfaction, con una fuerte pendiente positiva (MAST: 0.033), indicando un crecimiento robusto en el valor percibido. En conjunto, la tendencia consolidada no es de crecimiento ni de declive uniforme, sino de *divergencia*: el valor práctico se desacopla y crece positivamente mientras que la visibilidad y el uso reportado bajo este término específico se estancan o disminuyen. Este patrón sugiere una maduración donde la eficacia prevalece sobre la popularidad.

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

Esta sección integra los hallazgos cuantitativos para construir una narrativa cohesiva sobre la evolución de Segmentación de Clientes. Se trasciende la descripción de cada fuente para explorar el significado de sus convergencias y, más importante aún, de sus divergencias, en el contexto de la investigación sobre dinámicas gerenciales.

A. Tendencia general: ¿hacia dónde se dirige Segmentación de Clientes según la visión consolidada y las divergencias?

Sintetizando la evidencia de las cinco fuentes, la tendencia general de Segmentación de Clientes no es una simple trayectoria de ascenso o declive, sino un patrón de transformación y desacoplamiento. Por un lado, las fuentes que miden el discurso formal (Google Books, CrossRef) y el uso reportado bajo su etiqueta específica (Bain Usability) sugieren una tendencia hacia la madurez, la estabilización o incluso el declive. Esto podría interpretarse como que la herramienta ha completado su ciclo de vida principal. Sin embargo, esta visión es desafiada frontalmente por las fuentes que miden el interés

actual (Google Trends) y, crucialmente, el valor percibido (Bain Satisfaction). Google Trends muestra una vitalidad cíclica, y Bain Satisfaction una tendencia de crecimiento robusta y sostenida.

La interpretación consolidada más plausible es que la *práctica* de la segmentación no se dirige hacia la obsolescencia, sino hacia una mayor integración y sofisticación. La tendencia negativa en la usabilidad de Bain puede ser un artefacto metodológico, reflejando que las empresas ya no piensan en "Segmentación de Clientes" como una herramienta aislada, sino como una capacidad intrínseca dentro de plataformas de CRM, automatización de marketing o inteligencia de negocio. Esta explicación se ve reforzada por la creciente satisfacción: a medida que la segmentación se vuelve más potente y basada en datos, su valor para los usuarios aumenta. Esto refleja una tensión (antinomia) entre **estabilidad (el concepto fundamental) e innovación (su aplicación tecnológica)**. La herramienta como concepto es estable, pero su manifestación práctica evoluciona constantemente, lo que confunde a las métricas que buscan un término estático.

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

La evidencia combinada refuta de manera convincente la clasificación de Segmentación de Clientes como una simple "moda gerencial". Si bien la serie de Bain Usability, vista de forma aislada, exhibe un ciclo de vida casi perfecto de una moda (auge rápido, pico pronunciado, declive severo), este patrón no es corroborado por las demás fuentes. Las modas gerenciales se caracterizan típicamente por una disociación entre el discurso y la práctica, pero aquí vemos algo más complejo: una disociación entre la *etiqueta* y la *práctica subyacente*. La longevidad del concepto en la literatura (Google Books), su persistencia en la academia (CrossRef) y, sobre todo, la creciente satisfacción a largo plazo (Bain Satisfaction) son inconsistentes con la naturaleza efímera de una moda.

El patrón observado se ajusta mejor a una **Práctica Fundamental** que ha experimentado un **Patrón Evolutivo**. Es decir, el principio central de la segmentación es duradero y se ha consolidado en el núcleo de la estrategia de marketing y gestión. Sin embargo, la forma en que se discute, se mide y se implementa ha evolucionado. Su ciclo de vida no se asemeja a una curva en S simple de Rogers, sino a una serie de ciclos superpuestos, donde nuevas tecnologías (desde las bases de datos relacionales hasta la IA) revitalizan el

concepto y elevan su aplicabilidad y valor. La herramienta, por tanto, no es una moda, sino un pilar que se ha adaptado y transformado, cuya historia ilustra la tensión entre **continuidad (el principio estratégico)** y **disrupción (la tecnología que lo habilita)**.

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

El análisis comparativo de los puntos de inflexión revela una narrativa coherente sobre la influencia de factores externos.

- **El Pico Conceptual (Google Books, 1991):** Coincide con la publicación de influyentes textos sobre marketing relacional y gestión de la calidad total. Este fue un período de cambio de paradigma, de un marketing masivo a uno más centrado en el cliente, donde la segmentación era una idea teórica central.
- **El Triple Pico (Google Trends, 2004; CrossRef, 2005; Bain Usability, 2005-2006):** Este grupo de picos casi simultáneos puede vincularse directamente con un factor tecnológico catalizador: la maduración y difusión de las tecnologías de la información, específicamente los sistemas de Customer Relationship Management (CRM) y la explosión de la analítica web. Estas herramientas proporcionaron por primera vez la capacidad de recopilar, analizar y actuar sobre los datos de los clientes a gran escala, convirtiendo el concepto de segmentación de una idea estratégica a una realidad operativa. El interés público, la validación académica y la adopción práctica convergieron cuando la tecnología hizo que la herramienta fuera implementable y escalable.
- **El Pico de Satisfacción (Bain Satisfaction, 2017):** Este punto de inflexión tardío es quizás el más revelador. Ocurre en la era del Big Data, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático. Podría sugerir que solo con estas herramientas analíticas avanzadas, la segmentación alcanzó su verdadero potencial, permitiendo una micro-segmentación y personalización que generaron un valor tangible y una alta satisfacción. Esto apunta a que el éxito de una herramienta de gestión no solo depende de su validez conceptual, sino de la madurez del ecosistema tecnológico que la soporta, reflejando la tensión entre **racionalidad (el modelo de segmentación)** y **la tecnología (la capacidad de computación)**.

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

La visión integrada que emerge del análisis comparativo ofrece perspectivas matizadas y accionables para distintos actores del ecosistema organizacional, reconociendo la complejidad que la multiplicidad de fuentes introduce.

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

Este análisis subraya un riesgo metodológico fundamental en el estudio de las dinámicas gerenciales: la dependencia de una única fuente de datos puede llevar a conclusiones fundamentalmente erróneas. Un estudio basado solo en los datos de usabilidad de Bain habría clasificado erróneamente a Segmentación de Clientes como una moda fallida. La contribución principal es la demostración empírica de que las herramientas de gestión pueden tener múltiples ciclos de vida simultáneos dependiendo de la faceta que se mida (discurso, adopción, valor). Esto sugiere nuevas líneas de investigación para explorar la "brecha de la etiqueta": el fenómeno por el cual una práctica fundamental persiste y evoluciona mientras que el término que la designa cae en desuso. Se necesitan estudios que rastreen constelaciones de términos relacionados para capturar la transformación conceptual a lo largo del tiempo.

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

Para asesores y consultores, la lección es evitar el juicio basado en la popularidad superficial. La variabilidad entre fuentes ofrece una guía estratégica para la asesoría.

- **Ámbito estratégico:** Deben aconsejar a los clientes que, a pesar de la disminución de la visibilidad del término "Segmentación de Clientes" en algunos foros, la capacidad subyacente es más crucial que nunca. La estrategia no debe ser abandonar la segmentación, sino evolucionar hacia enfoques más sofisticados como la hiper-personalización y la segmentación predictiva, que son sus herederos directos.

- **Ámbito táctico:** Al recomendar soluciones, los consultores deben enfocarse en las plataformas tecnológicas modernas (CRM, CDP, motores de IA) que han demostrado aumentar la satisfacción y el valor de la segmentación. La conversación debe pasar de "¿deberíamos segmentar?" a "¿cuál es la plataforma tecnológica adecuada para ejecutar nuestra estrategia de segmentación de manera efectiva?".
- **Ámbito operativo:** Deben anticipar la necesidad de desarrollar nuevas habilidades en análisis de datos, ciencia de datos y gestión de tecnología de marketing para maximizar el retorno de la inversión de las prácticas de segmentación, ya que la creciente satisfacción está directamente ligada a una ejecución más sofisticada.

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

La visión multi-fuente proporciona una base robusta para la toma de decisiones, adaptada a las particularidades de cada tipo de organización.

- **Públicas:** Para estas organizaciones, la legitimidad y la eficiencia son clave. Aunque el "hype" haya pasado, la capacidad de segmentar a los ciudadanos para ofrecer servicios más personalizados y eficientes (ej. campañas de salud pública dirigidas, servicios sociales adaptados) sigue siendo una capacidad estratégica. La alta satisfacción reportada sugiere que la inversión en las capacidades correctas puede generar un valor público significativo.
- **Privadas:** El objetivo es la competitividad y la rentabilidad. El mensaje es claro: la segmentación no es una opción, es el núcleo de la estrategia de cliente. La alta y creciente satisfacción indica que los competidores que dominan esta capacidad están obteniendo ventajas significativas. La inversión debe dirigirse a la tecnología y el talento que permitan pasar de una segmentación demográfica básica a una conductual y predictiva.
- **PYMES:** Con recursos limitados, deben evitar perseguir las últimas modas terminológicas. La lección es que el principio de segmentación es sólido. Pueden implementarlo de manera rentable utilizando herramientas de marketing por correo

electrónico asequibles, análisis de datos de redes sociales o sistemas CRM de bajo costo, centrándose en el principio fundamental sin necesidad de la infraestructura de una multinacional.

- **Multacionales:** Para ellas, la complejidad es la norma. El análisis sugiere que deben auditar sus capacidades de segmentación para asegurarse de que no se han quedado estancadas en enfoques de la "era CRM 1.0". Deben liderar la adopción de enfoques basados en IA para gestionar la segmentación a escala global, asegurando la coherencia estratégica mientras permiten la adaptación táctica a los mercados locales.
- **ONGs:** La misión social es prioritaria. La segmentación es una herramienta poderosa para optimizar la captación de fondos (segmentando donantes por capacidad y motivación) y la prestación de servicios (identificando los beneficiarios con mayor necesidad). La alta satisfacción sugiere que una implementación bien hecha puede aumentar drásticamente el impacto de la misión con los mismos o menos recursos.

VI. Síntesis comparativa y reflexiones finales

El análisis comparativo de Segmentación de Clientes a través de cinco fuentes de datos distintas revela una dinámica compleja que desafía cualquier clasificación simplista. La principal convergencia es la aparición del concepto en el discurso de gestión a finales del siglo XX, seguida de un pico de atención, debate académico y adopción práctica a principios de la década de 2000, catalizado por la tecnología. Sin embargo, las divergencias son más reveladoras: mientras el uso reportado bajo esta etiqueta específica y su prominencia en la literatura han disminuido, el interés público se mantiene cíclico y, de manera crucial, la satisfacción de sus usuarios ha crecido de forma sostenida hasta alcanzar niveles muy altos.

En consecuencia, los patrones observados, considerados en su totalidad, son más consistentes con la trayectoria de una **Práctica Fundamental en constante evolución** que con la de una "moda gerencial". La herramienta no fue un enfoque pasajero y abandonado por ineficaz; por el contrario, su principio central se ha vuelto tan esencial

que se ha integrado en el tejido de la gestión moderna, transformándose y adoptando nuevas formas y nombres. La caída en algunas métricas parece reflejar más una "erosión de la etiqueta" que una "erosión de la práctica".

Este análisis se basa en la interpretación de datos agregados, y cada fuente posee sus propias limitaciones inherentes, como los posibles sesgos de muestreo en las encuestas de Bain o la ambigüedad contextual en Google Trends. La comparación directa de métricas con escalas y naturalezas diferentes requiere cautela. Sin embargo, la consistencia de la narrativa que emerge de estas divergencias fortalece la conclusión.

Para futuras investigaciones, sería fructífero explorar cualitativamente cómo ha cambiado el significado de "Segmentación de Clientes" a lo largo del tiempo y analizar la aparición y solapamiento de términos sucesores (ej., "personalización", "customer journey mapping", "segmentación basada en IA") para trazar un mapa más completo de esta evolución conceptual y práctica.

Análisis de Correlación y Regresión Inter-Fuentes

Análisis de correlación y regresión inter-fuentes para Segmentación de Clientes: convergencias, divergencias, dinámicas de influencia y capacidad predictiva entre dominios

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

El análisis de correlación y regresión constituye una herramienta cuantitativa fundamental para descifrar la estructura de interdependencia entre múltiples series temporales. En el contexto de la investigación de herramientas gerenciales, la correlación cuantifica el grado y la dirección en que las trayectorias de Segmentación de Clientes, reflejadas en distintas fuentes de datos, se mueven de manera conjunta. La regresión, por su parte, permite modelar estas relaciones para evaluar la capacidad predictiva de una serie sobre otra. Este análisis es crucial para determinar si la evolución de la herramienta es un fenómeno cohesivo y sincronizado a través de los dominios público, académico y empresarial, o si, por el contrario, representa un conjunto de dinámicas fragmentadas y desconectadas. Las preguntas centrales que este enfoque ayuda a responder son: ¿las discusiones académicas, el interés público y la adopción práctica de Segmentación de Clientes siguen patrones temporalmente asociados? ¿Es posible predecir la tasa de adopción de la herramienta basándose en la intensidad de las búsquedas en internet o en el volumen de publicaciones? El análisis se fundamenta en la matriz de correlación y en un conjunto de modelos de regresión (lineal, cuadrática, cúbica y polinomial) calculados a partir de los datos de las cinco fuentes designadas.

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

Cada una de las cinco fuentes de datos captura una faceta distinta de la dinámica de Segmentación de Clientes, lo que tiene implicaciones directas en las relaciones que se pueden esperar entre ellas. Google Trends (GT) refleja el interés y la curiosidad del

público general, una señal de "atención" que podría preceder a otras tendencias. Google Books Ngram (GB) y Crossref.org (CR) representan el discurso formalizado, tanto histórico como académico contemporáneo, que podría exhibir un desfase respecto al interés inicial y una mayor inercia. Bain & Company Usability (BU) mide la adopción real en el ámbito empresarial, una métrica de "práctica" que teóricamente debería seguir al interés y al discurso legitimador. Finalmente, Bain & Company Satisfaction (BS) captura el valor percibido por los usuarios, una dimensión evaluativa que podría o no correlacionarse con la simple adopción. A priori, se podría presumir una correlación positiva entre GT y BU (interés que conduce a la adopción), entre GB y CR (coherencia del discurso académico), y entre BU y BS (uso que genera satisfacción). La ausencia o debilidad de estas relaciones, o la presencia de correlaciones negativas, sugeriría desconexiones significativas en el ecosistema de la herramienta.

B. Posibles implicaciones del análisis de correlación y regresión

Los resultados de este análisis tienen implicaciones sustanciales para comprender la propagación y persistencia de Segmentación de Clientes. Primero, permite validar si las tendencias observadas en una esfera (ej., el aumento del interés público en GT) tienen un correlato en otras (ej., la adopción en BU), lo que indicaría un fenómeno más robusto y generalizado. Segundo, la identificación de relaciones predictivas y desfases temporales puede revelar posibles dinámicas de influencia; por ejemplo, si un aumento en las publicaciones académicas (CR) predice de manera fiable un futuro incremento en la adopción gerencial (BU), esto apuntaría a un modelo de difusión liderado por la academia. Tercero, la fortaleza o debilidad de estas interconexiones informa sobre la naturaleza misma de la herramienta: una red de correlaciones fuertes y modelos predictivos robustos sugeriría un ciclo de vida integrado, mientras que la ausencia de estas relaciones apuntaría a un fenómeno multifacético con dinámicas independientes en cada dominio. Finalmente, estos hallazgos proporcionan una base empírica para la toma de decisiones estratégicas, permitiendo a los actores del ecosistema anticipar tendencias y comprender mejor las fuerzas que impulsan la evolución de la herramienta.

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

El siguiente análisis cuantitativo se basa en los datos de series temporales para la herramienta de gestión Segmentación de Clientes, abarcando el período de 1950 a 2023, extraídos de las cinco fuentes designadas: Google Trends, Google Books Ngrams, Bain - Usabilidad, Crossref.org y Bain - Satisfacción. Se han calculado los coeficientes de correlación de Pearson para cada par de series, así como se han ajustado modelos de regresión lineal, cuadrática, cúbica y polinomial de cuarto grado para explorar la naturaleza y la fuerza de las posibles relaciones predictivas entre ellas.

A. Matriz de correlación para Segmentación de Clientes entre las cinco fuentes designadas

La matriz de correlación resume la intensidad y dirección de la asociación lineal entre las trayectorias temporales de Segmentación de Clientes en las cinco fuentes de datos. Los cálculos se basan en los períodos de tiempo en los que los datos de cada par de fuentes se solapan.

Fuente A	Fuente B	Coeficiente (r)
Google Trends	Bain - Usabilidad	0.641
Google Books Ngrams	Crossref.org	0.280
Crossref.org	Bain - Satisfacción	0.062
Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	-0.022
Bain - Usabilidad	Bain - Satisfacción	-0.098
Google Trends	Google Books Ngrams	-0.139
Bain - Usabilidad	Crossref.org	-0.185
Google Trends	Bain - Satisfacción	-0.192
Google Trends	Crossref.org	-0.196
Google Books Ngrams	Bain - Satisfacción	-0.247

B. Análisis de regresión entre fuentes para Segmentación de Clientes

Para investigar más a fondo las relaciones, se ajustaron múltiples modelos de regresión para los pares de fuentes más relevantes. A continuación, se presentan tablas comparativas de los modelos, destacando su capacidad explicativa a través del coeficiente de determinación (R^2).

Relación predictiva de Google Trends (variable independiente) sobre Bain - Usabilidad (variable dependiente)

Esta relación explora si el interés público general puede predecir la adopción práctica de la herramienta.

Tipo de Regresión	Grado	R Cuadrado (R^2)	Ecuación del Modelo
Lineal	1	0.411	$y = 1.122x + 2.413$
Cuadrática	2	0.413	$y = -0.003x^2 + 1.370x - 1.451$
Cúbica	3	0.440	$y = -0.000x^3 + 0.054x^2 - 0.735x + 17.784$
Polinomial	4	0.441	$y = -0.000x^4 + 0.000x^3 + 0.003x^2 + 0.397x + 10.767$

Relación predictiva de Google Books Ngrams (variable independiente) sobre Crossref.org (variable dependiente)

Este análisis evalúa la consistencia y predictibilidad dentro del dominio del discurso académico formal.

Tipo de Regresión	Grado	R Cuadrado (R^2)	Ecuación del Modelo
Lineal	1	0.079	$y = 0.148x + 2.681$
Cuadrática	2	0.140	$y = -0.004x^2 + 0.363x + 0.793$
Cúbica	3	0.160	$y = 0.000x^3 - 0.018x^2 + 0.694x - 0.162$
Polinomial	4	0.164	$y = -0.000x^4 + 0.000x^3 - 0.033x^2 + 0.908x - 0.533$

Relación predictiva de Bain - Usabilidad (variable independiente) sobre Bain - Satisfacción (variable dependiente)

Esta relación examina si una mayor adopción de la herramienta se traduce en una mayor satisfacción de sus usuarios.

Tipo de Regresión	Grado	R Cuadrado (R^2)	Ecuación del Modelo
Lineal	1	0.010	$y = -0.068x + 54.945$
Cuadrática	2	0.303	$y = 0.017x^2 - 1.714x + 75.040$
Cúbica	3	0.345	$y = -0.000x^3 + 0.056x^2 - 3.192x + 84.373$
Polinomial	4	0.345	$y = -0.000x^3 + 0.062x^2 - 3.319x + 84.942$

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

La inspección inicial de los resultados revela un panorama de relaciones complejas y, en su mayoría, débiles, con una notable excepción. La matriz de correlación muestra una única asociación positiva y fuerte: entre Google Trends y Bain - Usabilidad ($r = 0.641$). El resto de las correlaciones son débiles (por debajo de 0.3) o negativas, lo que sugiere una considerable independencia o incluso divergencia entre las distintas manifestaciones de la herramienta. El análisis de regresión confirma y matiza este hallazgo. Los modelos que intentan predecir la usabilidad a partir de las tendencias de búsqueda alcanzan un R^2 de hasta 0.441, indicando que casi la mitad de la varianza en la adopción puede ser explicada estadísticamente por el interés público. Por el contrario, la mayoría de los demás modelos de regresión presentan un poder explicativo muy bajo ($R^2 < 0.2$), confirmando la debilidad de las asociaciones. Es particularmente llamativa la relación no lineal entre usabilidad y satisfacción, donde un modelo cuadrático ($R^2 = 0.303$) ajusta mucho mejor que uno lineal ($R^2 = 0.010$), sugiriendo una dinámica compleja entre la extensión del uso y el valor percibido.

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

Un examen profundo de las interrelaciones revela patrones de convergencia y divergencia que son cruciales para entender la dinámica multifacética de Segmentación de Clientes. El análisis se centra tanto en la única relación fuerte y predictiva como en la significativa ausencia de conexión en otros dominios, lo que en conjunto dibuja un mapa de las fuerzas que actúan sobre la herramienta.

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

La interpretación detallada de los pares de fuentes más relevantes desvela la estructura subyacente de la evolución de la herramienta.

Relación entre Google Trends y Bain - Usabilidad: sincronía entre interés público y adopción práctica

La correlación positiva y fuerte ($r = 0.641$) entre Google Trends y Bain - Usabilidad es el hallazgo más significativo. Sugiere una robusta conexión entre el interés general por Segmentación de Clientes y su implementación real en las empresas. Los modelos de regresión corroboran esta fuerte asociación, con un R^2 que alcanza 0.441 en el modelo polinomial de cuarto grado. Esto implica que las fluctuaciones en el volumen de búsquedas en Google son un predictor estadísticamente importante de las tasas de adopción reportadas por los gerentes. Esta relación podría interpretarse como una dinámica de "demanda-tracción", donde la curiosidad y la búsqueda activa de soluciones por parte de los profesionales (capturada por GT) se traduce directamente, o con un desfase mínimo, en la adopción organizacional (capturada por BU). La naturaleza no perfectamente lineal de la relación (el modelo cúbico y polinomial mejoran el ajuste) sugiere que la conversión de interés en uso puede tener rendimientos crecientes o decrecientes en diferentes fases del ciclo de vida de la herramienta.

Relación entre Google Books Ngrams y Crossref.org: coherencia interna del discurso académico

Se observa una correlación positiva de fuerza débil a moderada ($r = 0.280$) entre Google Books Ngrams y Crossref.org. Esta asociación es teóricamente consistente, ya que ambas fuentes miden la prevalencia de la herramienta en el discurso académico formal. Sin embargo, la relación no es abrumadoramente fuerte. Los modelos de regresión muestran un poder predictivo limitado, con un R^2 máximo de 0.164 en el modelo polinomial. Esto indica que, si bien las tendencias en libros y artículos académicos se mueven en una dirección generalmente similar, existen desfases, focos de atención distintos o ciclos de publicación diferentes que impiden que una fuente sea un predictor preciso de la otra. La dinámica sugiere una esfera académica con una coherencia interna, pero no monolítica.

Relación entre Bain - Usabilidad y Bain - Satisfacción: la paradoja de la adopción y el valor percibido

La relación entre la usabilidad y la satisfacción es particularmente reveladora. La correlación lineal es casi nula y ligeramente negativa ($r = -0.098$), lo que indica que un simple aumento en el porcentaje de empresas que usan la herramienta no se asocia con un aumento en la satisfacción. Sin embargo, el análisis de regresión muestra un panorama más complejo. Un modelo cuadrático ($R^2 = 0.303$) y cúbico ($R^2 = 0.345$) explican una porción significativa de la varianza. Esto sugiere una relación no lineal, posiblemente en forma de U invertida. Podría interpretarse que en las fases iniciales, a medida que aumenta la adopción, la satisfacción también lo hace; pero, pasado un punto de madurez o saturación, un mayor uso podría asociarse con una satisfacción decreciente, quizás debido a una implementación forzada, a la obsolescencia de la herramienta frente a nuevas alternativas, o a que su aplicación se extiende a contextos menos apropiados, disminuyendo el valor percibido promedio.

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

La característica más dominante del análisis, más allá de la conexión GT-BU, es la pronunciada desconexión entre las diferentes esferas. Las correlaciones entre el bloque de interés/adopción (GT, BU) y el bloque académico (GB, CR) son sistemáticamente débiles

y negativas. De manera similar, la satisfacción (BS) opera como una dimensión prácticamente independiente, con correlaciones negativas o muy bajas con todas las demás fuentes. Esto implica que el "hype" público y la adopción empresarial de Segmentación de Clientes siguen una lógica diferente a su tratamiento en la literatura académica. El discurso académico podría ser más crítico, retrospectivo o teórico, desacoplado de las presiones del mercado que impulsan la adopción. La independencia de la satisfacción refuerza la idea de que ni la popularidad, ni la discusión académica, ni siquiera la prevalencia de uso son buenos indicadores del valor que los gerentes finalmente extraen de la herramienta. Esta fragmentación sugiere que Segmentación de Clientes no es un fenómeno unificado, sino que se manifiesta de maneras distintas y con ciclos de vida desfasados en cada uno de estos dominios.

IV. Interpretación consolidada de los patrones de correlación y regresión

La síntesis de los resultados de correlación y regresión revela una estructura de relaciones que no se ajusta a un modelo simple de difusión de innovaciones, sino que apunta a una dinámica multifacética y fragmentada. La evolución de Segmentación de Clientes parece estar gobernada por lógicas distintas dependiendo del dominio de observación, con puentes de conexión muy específicos y áreas de notable aislamiento.

A. Sincronicidad general, desfases y posibles indicadores líderes/rezagados (basados en correlación y regresión)

No se observa una sincronicidad generalizada en la evolución de Segmentación de Clientes a través de las cinco fuentes. En su lugar, emerge un patrón de sincronía selectiva. La fuerte asociación y el poder predictivo del interés público (GT) sobre la adopción práctica (BU) sugieren que Google Trends puede actuar como un indicador líder para la implementación empresarial. El público y los profesionales buscan información sobre la herramienta, y esta actividad precede y se correlaciona con su posterior uso reportado. Por el contrario, el discurso académico (GB, CR) parece operar en un ciclo temporal distinto, posiblemente rezagado, que reacciona y formaliza conceptos una vez que han ganado tracción en la práctica, o que sigue su propia agenda de investigación. La satisfacción (BS) no muestra una relación clara de liderazgo o

rezago, actuando más bien como una dimensión evaluativa concurrente pero desconectada de los ciclos de atención y adopción. Es imperativo subrayar que estas inferencias sobre liderazgo y rezago se basan en asociaciones estadísticas y no establecen una causalidad directa.

B. Agrupaciones de fuentes con comportamiento correlacional y predictivo similar (clústeres)

Los datos sugieren la existencia de al menos tres "esferas" o clústeres de comportamiento con una interacción limitada entre ellos. El primer clúster es la "esfera de la práctica impulsada por la atención", compuesto por Google Trends y Bain - Usabilidad, que están fuertemente interconectados. El segundo es la "esfera del discurso académico", que incluye a Google Books Ngrams y Crossref.org, con una coherencia interna moderada pero significativamente desvinculada de la primera esfera. El tercero podría denominarse la "esfera del valor percibido", representada únicamente por Bain - Satisfacción, que se manifiesta como una dimensión ortogonal, con dinámicas propias que no son bien predichas por la popularidad, el discurso académico ni siquiera por la tasa de adopción. Esta estructura de clústeres indica que para comprender plenamente la trayectoria de Segmentación de Clientes, es necesario analizar cada esfera con sus propias métricas y lógicas, en lugar de asumir una narrativa única y unificada.

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

La magnitud y dispersión de los coeficientes de correlación y los R^2 de los modelos de regresión son, en su conjunto, bajos, con la ya mencionada excepción de la relación GT-BU. La mayoría de las correlaciones se agrupan en el rango de -0.25 a +0.28, y la mayoría de los modelos de regresión explican menos del 20% de la varianza de la variable dependiente. Este patrón general de asociaciones débiles sugiere que el ciclo de vida de Segmentación de Clientes es un fenómeno altamente fragmentado. No existe un único impulso subyacente que arrastre todas las facetas de la herramienta en la misma dirección. En cambio, su popularidad, su teorización, su aplicación y su valoración parecen responder a diferentes conjuntos de factores, presiones y audiencias. Esta falta de

cohesión predictiva es un hallazgo clave, que desafía los modelos simplistas de auge y caída y apunta a la necesidad de un marco teórico que pueda acomodar la coexistencia de trayectorias divergentes para una misma herramienta de gestión.

V. Implicaciones del análisis de correlación y regresión inter-fuentes para Segmentación de Clientes

El análisis de las interrelaciones y la capacidad predictiva entre las cinco fuentes de datos proporciona una visión matizada de la dinámica de Segmentación de Clientes, con implicaciones directas para investigadores, consultores y directivos. La comprensión de estas conexiones (y desconexiones) permite una interpretación más sofisticada de las tendencias y una toma de decisiones más informada.

A. Contribuciones para investigadores, académicos y analistas

Para la comunidad investigadora, este análisis subraya los riesgos de basar las conclusiones sobre el ciclo de vida de una herramienta gerencial en una única fuente de datos. La historia contada por Google Trends es de interés público que predice la adopción, mientras que la de las fuentes académicas es una de evolución más lenta y desconectada de la práctica. La ausencia de una correlación fuerte entre la adopción (BU) y la satisfacción (BS) abre una vía de investigación crítica sobre los factores que median la creación de valor en la implementación de herramientas populares. Futuros estudios podrían emplear análisis de causalidad de Granger para explorar formalmente las relaciones de liderazgo y rezago, o construir modelos de vectores autorregresivos (VAR) para capturar la dinámica de retroalimentación entre estas esferas.

B. Recomendaciones y sugerencias para asesores y consultores

Los consultores y asesores pueden derivar un valor práctico considerable de estos hallazgos. La fuerte relación predictiva entre Google Trends y Bain - Usabilidad posiciona a GT como una herramienta de inteligencia de mercado para anticipar olas de adopción, permitiendo a las consultorías alinear sus ofertas de servicios con el interés emergente del mercado. Simultáneamente, la desconexión entre usabilidad y satisfacción es una advertencia crucial. Se debe aconsejar a los clientes que la simple adopción de una herramienta en tendencia como Segmentación de Clientes no garantiza resultados

positivos. El enfoque debe estar en una implementación de calidad, la gestión del cambio y la medición del valor real percibido (satisfacción), en lugar de seguir ciegamente la tasa de uso de la industria.

C. Consideraciones para directivos y gerentes de organizaciones

Los directivos y gerentes deben interpretar las tendencias con un ojo crítico y multifacético. Un aumento en el "buzz" mediático o en el interés público (GT) puede ser una señal para explorar una herramienta, pero no debe ser el único criterio para su adopción. El análisis sugiere que la popularidad no se correlaciona ni con el respaldo académico consolidado ni con la satisfacción del usuario. Para las pymes, esto implica que deben ser cautelosas antes de invertir recursos significativos en herramientas populares. Para las multinacionales, el desafío radica en asegurar que la adopción generalizada (alta usabilidad) se traduzca en valor tangible (alta satisfacción) a través de sus diversas unidades, un objetivo que los datos sugieren no es automático. En el sector público y las ONG, donde los criterios de éxito pueden diferir, la falta de correlación con la satisfacción subraya la necesidad de definir métricas de valor propias y no depender únicamente de las tendencias de adopción del sector privado.

VI. Síntesis y reflexiones finales sobre la correlación y regresión inter-fuentes para Segmentación de Clientes

El análisis de correlación y regresión entre las cinco fuentes de datos para Segmentación de Clientes revela un panorama complejo, caracterizado más por la divergencia que por la convergencia. El patrón dominante no es el de un fenómeno unificado, sino el de una herramienta multifacética cuyas manifestaciones en el interés público, el discurso académico y la práctica empresarial siguen trayectorias en gran medida independientes. El principal hallazgo es la existencia de una conexión predictiva fuerte y positiva únicamente entre el interés público (Google Trends) y la adopción práctica (Bain - Usabilidad), sugiriendo que la atención general es un indicador líder de la implementación. Sin embargo, esta esfera de "atención-adopción" se encuentra notablemente desacoplada del discurso académico y, de manera crucial, de la satisfacción del usuario.

Este entramado de relaciones sugiere que Segmentación de Clientes no se comporta como un objeto único con un ciclo de vida coherente, sino como un concepto cuyas diferentes facetas coexisten con dinámicas propias. La popularidad no garantiza el valor, y la discusión académica no parece dirigir la práctica de manera directa. Es fundamental reconocer las limitaciones inherentes a este análisis: la correlación y la regresión no establecen causalidad y son sensibles a la estructura temporal de los datos. No obstante, los patrones observados proporcionan una base empírica sólida para cuestionar los modelos de difusión simplistas y proponen que la evolución de una herramienta de gestión debe entenderse como un sistema ecológico de influencias interconectadas pero no siempre alineadas. Investigaciones futuras, utilizando modelos multivariados más avanzados, podrían explorar las complejas interacciones y mecanismos de retroalimentación entre estas esferas.

Análisis de Componentes Principales

Análisis de componentes principales para Segmentación de Clientes: Desvelando las dinámicas subyacentes a través de múltiples fuentes de datos

I. Fundamentos del análisis de componentes principales (PCA) en este contexto

El Análisis de Componentes Principales (PCA) es una técnica estadística multivariada de reducción de dimensionalidad. Su aplicación en este contexto es particularmente valiosa porque permite sintetizar la información contenida en las cinco series temporales distintas (Google Trends, Google Books Ngram, Crossref.org, Bain Usability, Bain Satisfaction) en un número menor de variables latentes no correlacionadas, denominadas componentes principales. El objetivo es transformar un conjunto de datos complejo y multidimensional sobre la evolución de la herramienta Segmentación de Clientes en una estructura más simple e interpretable. Este método permite identificar los patrones comunes de variación o "meta-tendencias" que subyacen a las dinámicas observadas, revelando la estructura fundamental de las interrelaciones entre el interés público, el discurso académico y la adopción y valoración en la práctica gerencial. El análisis se basa en la premisa de que las covariaciones entre las distintas fuentes no son aleatorias, sino que reflejan dinámicas sistémicas que el PCA puede desvelar.

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

La idoneidad del PCA en este análisis depende de la preparación rigurosa de los datos de entrada. Se asume que las cinco series temporales originales, que miden aspectos distintos de la herramienta Segmentación de Clientes y operan en escalas inherentemente diferentes (ej., frecuencias relativas normalizadas, porcentajes, índices de satisfacción), fueron sometidas a un preprocesamiento metodológicamente sólido antes de la ejecución del PCA. Un paso fundamental en esta preparación es la estandarización (o escalado) de

cada serie, típicamente transformándolas a puntuaciones Z (Z-scores) (media cero y desviación estándar de uno). Este procedimiento es indispensable para asegurar que ninguna fuente domine el análisis de varianza únicamente por su escala original. Por tanto, el presente análisis se basa en los resultados de un PCA ejecutado sobre datos ya preparados, garantizando que la contribución de cada fuente a los componentes principales refleje su patrón de variación y no su magnitud arbitraria.

B. Objetivos específicos del PCA para la herramienta Segmentación de Clientes

La aplicación del PCA a las cinco fuentes de datos sobre Segmentación de Clientes persigue objetivos analíticos específicos que van más allá de un análisis temporal individual. Se busca desentrañar la estructura latente que gobierna la evolución de esta herramienta, con el fin de:

- Identificar la existencia de una tendencia general predominante, un componente principal que capture la mayor parte de la varianza conjunta y represente el impulso evolutivo principal que afecta a la mayoría de las fuentes.
- Descubrir y caracterizar dinámicas de contraste o tensión, es decir, componentes que revelen patrones consistentes donde ciertas facetas de la herramienta (ej., interés público) evolucionan en oposición a otras (ej., satisfacción práctica).
- Determinar la influencia relativa de cada fuente de datos en la definición de estos patrones comunes y de contraste, identificando qué métricas son las más representativas de las dinámicas subyacentes.
- Simplificar la narrativa evolutiva de Segmentación de Clientes, reduciendo la complejidad de cinco series temporales a dos o tres dimensiones conceptuales significativas que faciliten una interpretación más profunda y una aproximación teórica más parsimoniosa.

II. Presentación e interpretación de resultados del PCA

Los hallazgos que se presentan a continuación se derivan directamente del análisis de los datos numéricos de los componentes principales proporcionados, así como de la interpretación de los gráficos de Varianza Explicada y de Cargas, que visualizan dichos resultados.

A. Varianza explicada y selección del número de componentes principales

El análisis de la varianza explicada por cada componente principal es el primer paso para evaluar la eficacia de la reducción de dimensionalidad. El gráfico de Varianza Explicada muestra que los dos primeros componentes principales (PC1 y PC2) capturan una porción sustancial de la información total. Específicamente, PC1 explica el 30.5% de la varianza total, mientras que PC2 explica un 25.5% adicional. En conjunto, estos dos componentes representan el 56.0% de la varianza total de las cinco series temporales.

La selección de dos componentes para la interpretación se justifica sólidamente. El gráfico de sedimentación (scree plot) muestra un claro "punto de codo" o inflexión después del segundo componente, indicando que los componentes subsiguientes (PC3, PC4, PC5) explican progresivamente menos varianza y podrían representar "ruido" o patrones menos sistemáticos. PC3 explica un 19.0%, que aunque es considerable, marca el inicio de una pendiente menos pronunciada. La retención de dos componentes ofrece un modelo parsimonioso que equilibra la simplicidad interpretativa con la retención de más de la mitad de la información original, lo que constituye una reducción de dimensionalidad eficiente y significativa para entender las dinámicas clave de Segmentación de Clientes.

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

El gráfico de cargas (loadings plot) visualiza la relación entre las variables originales (las cinco fuentes) y los dos componentes principales seleccionados. Las cargas, representadas por vectores, indican la correlación de cada fuente con cada componente, siendo la longitud del vector una medida de su influencia en el espacio bidimensional de PC1 y PC2.

El análisis detallado del gráfico de cargas revela una estructura de relaciones compleja y muy informativa:

- **Relaciones entre Variables:**

- **Congruencia Académica:** Se observa una fuerte alineación entre Google Books Ngrams y Crossref.org. Sus vectores son largos y apuntan en una dirección muy similar (casi superpuestos en el cuadrante superior izquierdo),

lo que sugiere que ambas fuentes miden un constructo latente prácticamente idéntico: el "discurso académico formal" sobre Segmentación de Clientes.

- **Eje de Interés y Adopción Práctica:** Google Trends y Bain - Usability tienen cargas positivas en PC1, indicando que tienden a moverse en la misma dirección a lo largo de esta dimensión principal. Sin embargo, no están perfectamente alineados, lo que sugiere que, aunque relacionados, capturan matices diferentes del interés y la adopción.
 - **Oposición y Contraste:** Existe una clara oposición entre el clúster académico (Google Books, Crossref.org) y la fuente de Bain - Satisfacción. Sus vectores apuntan en direcciones casi opuestas a lo largo del eje PC2. De manera similar, Google Trends se opone al clúster académico a lo largo del eje PC1. Esto indica relaciones inversas o de tensión fundamentales en la dinámica de la herramienta.
 - **Ortogonalidad Relativa:** El vector de Google Trends es casi ortogonal (ángulo de ~90 grados) al clúster de Google Books y Crossref.org. Esto es un hallazgo clave: sugiere que la dinámica del interés público general (capturada prominentemente por Google Trends) es en gran medida independiente o no correlacionada con la dinámica del discurso académico formal.
- **Magnitud e Influencia:** Los vectores más largos pertenecen a Google Trends, Google Books Ngrams y Crossref.org, indicando que estas tres fuentes son las más influyentes en la definición de la varianza capturada por los dos primeros componentes. Bain - Usability y, especialmente, Bain - Satisfacción, aunque cruciales para la interpretación, tienen una influencia general menor en la estructura de varianza principal.

C. Puntuaciones de los componentes (Component Scores)

Las puntuaciones de los componentes, contenidas en los datos de entrada, revelan la evolución temporal de las dinámicas latentes identificadas. Un análisis de estas puntuaciones a lo largo del tiempo muestra patrones claros. Las puntuaciones de PC1, por ejemplo, muestran una tendencia a disminuir significativamente a partir de la década de 2010, sugiriendo un cambio en el equilibrio de fuerzas que define a este componente. Por otro lado, las puntuaciones de PC2 exhiben un arco pronunciado, alcanzando su máximo

en el período de finales de los 90 y principios de los 2000, para luego iniciar un declive, lo que traza un ciclo de vida claro para la dinámica que este componente representa. Esta visión temporal es fundamental para contextualizar la interpretación temática de cada componente.

III. Interpretación detallada de cada componente principal significativo

Cada componente principal representa una dimensión latente y ortogonal que captura una parte de la historia evolutiva de Segmentación de Clientes. La interpretación se basa en qué fuentes contribuyen más a cada componente.

- **Componente Principal 1 (PC1): Dimensión de tensión entre discurso y práctica**
 - **Varianza Explicada:** 30.5%
 - **Análisis de las Cargas:** Este componente está definido por un claro contraste. En el polo positivo, encontramos a Google Trends y Bain - Usability. En el polo negativo, se sitúan Google Books Ngrams, Crossref.org y Bain - Satisfacción.
 - **Interpretación Temática:** PC1 representa la tensión fundamental entre la *visibilidad pública y el uso práctico* por un lado, y el *discurso académico formalizado y la satisfacción percibida* por otro. Un valor alto en PC1 en un momento dado sugiere un período donde la herramienta goza de alto interés en búsquedas y una tasa de uso creciente, pero esto ocurre en un contexto de menor discusión en la literatura formal y, crucialmente, una menor satisfacción reportada por quienes la usan. Inversamente, un valor bajo (negativo) en PC1 indicaría un período de consolidación académica y mayor satisfacción, pero con un menor "hype" o interés público y posiblemente una estabilización o declive en su tasa de uso. Es la dimensión principal del "conflicto" o "desacople" en la narrativa de la herramienta.
- **Componente Principal 2 (PC2): Eje del discurso académico y su contraste con la satisfacción**
 - **Varianza Explicada:** 25.5%

- **Análisis de las Cargas:** Este componente está dominantemente definido por las altas cargas positivas de Google Books Ngrams y Crossref.org. En oposición, Bain - Satisfacción presenta una carga negativa. Google Trends y Bain - Usability tienen cargas cercanas a cero en este eje, indicando que no contribuyen significativamente a esta dimensión.
- **Interpretación Temática:** PC2 puede etiquetarse como el "Eje del Discurso Académico-Científico". Representa la intensidad y el ciclo de vida de la atención que Segmentación de Clientes recibe en la literatura académica y científica. Un valor alto en PC2 corresponde a un auge en las publicaciones (libros y artículos). La carga negativa de Bain - Satisfacción en este eje es reveladora: sugiere que, independientemente del interés público o el uso, existe una tendencia a que los picos de producción académica coincidan con períodos de menor satisfacción práctica, o viceversa. Esto podría indicar una brecha entre la teorización académica y la aplicación efectiva que genera valor.

Componente	Varianza Explicada	Fuentes con Cargas más Altas	Interpretación Temática y Etiqueta Propuesta
PC1	30.5%	(+) Google Trends, (+) Bain - Usability (-) Google Books, (-) Crossref.org, (-) Bain - Satisfacción	Dimensión de Tensión entre Discurso y Práctica: Representa el contraste entre la visibilidad pública y el uso práctico (polo positivo) frente al discurso académico formalizado y la satisfacción del usuario (polo negativo).
PC2	25.5%	(+) Google Books, (+) Crossref.org (-) Bain - Satisfacción	Eje del Discurso Académico y su Contraste con la Satisfacción: Captura la intensidad del debate académico-científico, que evoluciona en una dinámica de contraste con la satisfacción reportada por los usuarios prácticos.

IV. Discusión integrada de los hallazgos del PCA

La síntesis de los dos componentes principales ofrece una visión estructurada y matizada de la evolución de Segmentación de Clientes, trascendiendo el análisis de las series individuales.

A. Patrones dominantes y secundarios en la evolución de Segmentación de Clientes

El patrón dominante (PC1) que explica la mayor parte de la varianza en la evolución de Segmentación de Clientes no es un simple ciclo de auge y caída, sino una dinámica de tensión persistente entre la esfera pública/práctica y la esfera académica/evaluativa. Esto sugiere que la historia de esta herramienta no puede contarse como un consenso, sino como un diálogo a menudo conflictivo entre diferentes comunidades de interés. El patrón secundario (PC2), ortogonal al primero, aísla el ciclo de vida del discurso académico y lo contrapone a la satisfacción, revelando una segunda capa de complejidad. En conjunto, estos componentes sugieren que Segmentación de Clientes es una herramienta cuya popularidad y uso práctico pueden estar desacoplados de su validación académica y de la generación de valor percibido, y que cada una de estas dinámicas sigue trayectorias temporales parcialmente independientes.

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

El análisis de cargas confirma la naturaleza distinta de cada fuente. Google Trends emerge como el principal indicador de "interés público", moviéndose en conjunto con la "adopción práctica" (Bain - Usability) en la dimensión principal de tensión. Google Books y Crossref.org actúan como un bloque unificado, representando la "institucionalización académica". La fuente más singular es Bain - Satisfacción; su posición en el gráfico de cargas revela que es una voz crítica, a menudo en desacuerdo tanto con la trayectoria del interés público como con la del discurso académico. Esta fuente no parece ser redundante, sino que aporta una perspectiva única y crucial, actuando como un barómetro del valor real percibido que no es capturado por las otras métricas. El PCA sugiere, por lo tanto, que para entender Segmentación de Clientes es indispensable considerar al menos tres perspectivas: el interés/uso, el discurso académico y la satisfacción, ya que no son intercambiables.

C. Implicaciones de la dimensionalidad reducida para la comprensión de Segmentación de Clientes

La reducción de cinco series a dos componentes principales simplifica enormemente la narrativa sin sacrificar la complejidad esencial. En lugar de seguir cinco historias separadas, ahora podemos analizar la evolución de Segmentación de Clientes a través de

dos ejes conceptuales: el de "Tensión Discurso-Práctica" (PC1) y el del "Ciclo Académico vs. Satisfacción" (PC2). Esto permite construir una narrativa más concisa y teóricamente rica. Por ejemplo, se puede argumentar que la herramienta ha transitado por diferentes fases, no definidas por un simple pico, sino por su posición en este espacio bidimensional (ej., una fase de "alto interés y baja satisfacción", seguida de una fase de "alta consolidación académica y satisfacción moderada"). Se gana claridad al filtrar el "ruido" específico de cada serie y enfocarse en las dos corrientes de variación más importantes y sistemáticas que impulsan el fenómeno en su conjunto.

Aspecto	Resumen de Hallazgos Integrados
Patrón Dominante (PC1)	Una tensión estructural entre el interés público y el uso (GT, BU) y la formalización académica y satisfacción (GB, CR, BS).
Patrón Secundario (PC2)	El ciclo de vida del discurso académico (GB, CR), que opera con relativa independencia del interés público y en contraste con la satisfacción (BS).
Agrupación de Fuentes	Fuerte clúster académico (GB, CR). Relación entre interés y uso (GT, BU). La satisfacción (BS) actúa como una dimensión crítica y distintiva.
Implicación Clave	La evolución de Segmentación de Clientes no es monolítica; está definida por la interacción y, a menudo, la tensión entre al menos tres dominios: público/práctico, académico y evaluativo.

V. Implicaciones estratégicas del PCA para Segmentación de Clientes

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

A. Para investigadores y académicos

Los componentes identificados ofrecen un mapa para futuras investigaciones. La tensión revelada por PC1 y el contraste en PC2 plantean preguntas clave: ¿Por qué el interés público y el uso no se traducen directamente en satisfacción? ¿Qué factores explican la brecha entre el discurso académico y la percepción de valor en la práctica? Los componentes sugieren la necesidad de desarrollar modelos teóricos que no asuman una difusión lineal de las herramientas gerenciales, sino que incorporen las tensiones y desacoplos entre diferentes comunidades (académicos, consultores, gerentes) como un elemento central del análisis.

B. Para asesores, consultores y analistas de mercado

Los componentes principales pueden ser utilizados como un sistema de coordenadas para diagnosticar el estado actual de Segmentación de Clientes y otras herramientas. Al calcular la posición actual de la herramienta en el espacio PC1-PC2, un consultor puede caracterizarla de forma más matizada. Por ejemplo, una herramienta con una puntuación alta en PC1 y baja en PC2 podría ser descrita como "en fase de 'hype' con desafíos de validación", mientras que una con puntuación baja en PC1 y alta en PC2 podría estar "consolidada académicamente pero con bajo interés de mercado". Esto permite ofrecer un consejo más estratégico y contextualizado que una simple métrica de popularidad.

C. Para directivos y gerentes en organizaciones

Para los líderes organizacionales, el análisis del PCA advierte contra la toma de decisiones basada en una única métrica. La alta popularidad en búsquedas (Google Trends) no garantiza la satisfacción ni el valor (Bain - Satisfaction). La decisión de adoptar, continuar invirtiendo o abandonar Segmentación de Clientes debe considerar este panorama multidimensional. Si una organización experimenta baja satisfacción (un factor clave en PC1 y PC2), debe investigar las causas, incluso si la herramienta sigue siendo popular en el mercado. Este análisis fomenta un enfoque de evaluación más crítico y holístico de las herramientas de gestión.

VI. Síntesis conclusiva y limitaciones del análisis PCA

El Análisis de Componentes Principales ha logrado reducir la complejidad de cinco perspectivas de datos sobre Segmentación de Clientes a dos dimensiones latentes significativas que, en conjunto, explican el 56% de la varianza total. La primera dimensión (PC1) revela una tensión fundamental entre el interés público/uso práctico y el discurso académico/satisfacción. La segunda dimensión (PC2) aísla el ciclo de vida del discurso académico y lo contrapone a la satisfacción del usuario. Estos hallazgos demuestran que la evolución de Segmentación de Clientes no es un fenómeno monolítico, sino el resultado de dinámicas interrelacionadas pero a menudo divergentes entre distintas esferas de influencia.

La interpretación del gráfico de cargas es central para esta conclusión. La fuerte alineación de Google Books y CrossRef confirma su papel como indicadores del discurso académico. La casi ortogonalidad de este clúster con Google Trends es un resultado poderoso, que sugiere que el interés popular y el debate académico siguen lógicas en gran medida independientes. Finalmente, la posición única de Bain - Satisfacción, oponiéndose a ambas dinámicas principales, la establece como una métrica crítica de la "prueba de la realidad", reflejando el valor percibido que puede no estar alineado ni con el hype ni con la teoría.

Es crucial reconocer las limitaciones inherentes a este análisis. La interpretación de los componentes, aunque rigurosamente basada en las cargas, contiene un elemento de juicio analítico. El PCA identifica patrones de correlación lineal, no de causalidad. Además, al enfocarse en los dos primeros componentes, se deja de lado un 44% de la varianza, que podría contener patrones más específicos o sutiles. Los resultados dependen intrínsecamente de la calidad y el preprocesamiento de los datos originales y del período temporal analizado. No obstante, como herramienta para desvelar la estructura subyacente y generar hipótesis, el PCA ha proporcionado una comprensión más profunda y estructurada de la compleja trayectoria de Segmentación de Clientes.

Conclusiones

Síntesis de hallazgos integrados para Segmentación de Clientes a partir de análisis PCA, de correlación y temporal comparativo

I. Revisión de los resultados de los análisis previos

Este informe consolida los hallazgos de tres análisis multivariados y comparativos previos —Análisis de Componentes Principales (PCA), Análisis de Correlación y Regresión, y Análisis Temporal Comparativo— para construir una visión integrada de la dinámica evolutiva de la herramienta de gestión Segmentación de Clientes. La síntesis de estas perspectivas revela una narrativa compleja y matizada, que trasciende las conclusiones que podrían derivarse de cada análisis de forma aislada.

- **Desde el Análisis de Componentes Principales (PCA):** El análisis reveló dos dimensiones latentes principales que explican conjuntamente el 56% de la varianza. El primer componente (CP1) se interpretó como una "Dimensión de Tensión entre Discurso y Práctica", contrastando la visibilidad pública y el uso (Google Trends, Bain Usability) con el discurso académico y la satisfacción (Google Books, Crossref, Bain Satisfaction). El segundo componente (CP2) representó el "Eje del Discurso Académico", mostrando una dinámica de contraste entre la producción académica y la satisfacción del usuario. Estos hallazgos sugieren que la evolución de la herramienta no es monolítica, sino que está impulsada por fuerzas a menudo divergentes.
- **Desde el Análisis de Correlación y Regresión:** El hallazgo más destacado fue una correlación positiva y fuerte ($r = 0.641$) entre el interés público (Google Trends) y la adopción práctica (Bain Usability), con un poder predictivo significativo ($R^2 \approx 0.44$). Sin embargo, esta fue una excepción en un panorama dominado por correlaciones débiles o negativas, indicando una fragmentación general entre las

esferas de interés público, discurso académico y valor percibido. Particularmente reveladora fue la relación no lineal entre usabilidad y satisfacción, sugiriendo que una mayor adopción no se traduce automáticamente en mayor valor.

- **Desde el Análisis Temporal Comparativo:** Este análisis descubrió una secuencia cronológica clara pero divergente. Se identificó un pico conceptual en la literatura (Google Books, 1991), seguido de un pico casi simultáneo de interés público, validación académica y adopción práctica (2004-2006), y finalmente, un pico de satisfacción notablemente tardío (2017). La divergencia más crítica fue la observación de un declive severo en la usabilidad reportada por Bain, en contraste con una tendencia de crecimiento robusto en la satisfacción del usuario durante el mismo período.

II. Síntesis de los hallazgos clave de cada análisis para Segmentación de Clientes

Cada uno de los tres análisis previos ilumina una faceta distinta de la compleja identidad de Segmentación de Clientes, y su síntesis permite construir una comprensión integral.

- **Desde el Análisis PCA:** Para Segmentación de Clientes, el PCA demuestra estructuralmente que su ciclo de vida no puede entenderse como una única narrativa. La herramienta existe simultáneamente en dimensiones que están en tensión. La separación del "interés y uso" (CP1 positivo) del "discurso y satisfacción" (CP1 negativo) sugiere que la popularidad y la adopción de la herramienta siguieron una lógica distinta a la de su consolidación teórica y la generación de valor percibido. Este desacople estructural es fundamental para interpretar por qué las diferentes fuentes cuentan historias tan dispares.
- **Desde el Análisis de Relaciones Cruzadas:** Este análisis cuantifica la naturaleza de las conexiones entre las dimensiones identificadas por el PCA. Confirma que el interés público (Google Trends) actúa como un motor o indicador líder para la adopción práctica (Bain Usability), formando un clúster de "atención-práctica". Sin embargo, la debilidad de las demás correlaciones valida la fragmentación del

ecosistema. Para Segmentación de Clientes, esto significa que ni el debate académico ni el valor percibido por los usuarios están fuertemente ligados a la ola inicial de adopción, operando bajo sus propios ritmos e influencias.

- **Desde el Análisis Temporal Comparativo:** Este análisis pone la dinámica en una línea de tiempo, revelando el "cómo" y el "cuándo" de las divergencias. La cronología de los picos sugiere un modelo de difusión en el que la conceptualización precede a la implementación masiva, la cual es catalizada por la tecnología. Lo más crucial para Segmentación de Clientes es la asincronía entre el pico de uso (2005-2006) y el pico de satisfacción (2017). Esta brecha temporal de una década es la evidencia más fuerte de que la herramienta no es una moda pasajera, sino una práctica que requirió un largo período de maduración y evolución tecnológica para alcanzar su máximo potencial de valor.

III. Análisis integrado y conclusiones consolidadas para Segmentación de Clientes

La convergencia de los tres análisis permite resolver las aparentes contradicciones y construir una narrativa coherente y profunda sobre la trayectoria de Segmentación de Clientes. El enigma central —el colapso de la usabilidad reportada frente a una satisfacción creciente— se resuelve al integrar las tres perspectivas.

El PCA establece que la usabilidad y la satisfacción son dimensiones fundamentalmente distintas y a menudo opuestas en la dinámica general de la herramienta. El análisis de correlación confirma que no existe una relación lineal simple entre ambas. Finalmente, el análisis temporal demuestra que sus trayectorias no solo son diferentes, sino que están drásticamente desfasadas en el tiempo. La conclusión integrada es que Segmentación de Clientes no ha seguido el ciclo de vida de una moda gerencial, sino el de una **práctica fundamental que ha experimentado una profunda transformación y una erosión de su etiqueta terminológica**.

La historia que emerge es la siguiente: en la década de 1990, Segmentación de Clientes se consolidó como un concepto estratégico clave (pico en Google Books). A principios de la década de 2000, la llegada de tecnologías CRM y de analítica web accesibles catalizó una explosión de interés, debate y, crucialmente, de adopción masiva (picos en Google

Trends, Crossref, Bain Usability). Esta fase de adopción generalizada, sin embargo, parece haber estado marcada por implementaciones que no siempre generaron el valor esperado, lo que explica una satisfacción moderada en esos años. El posterior y drástico declive en la usabilidad reportada por Bain no señalaría la muerte de la práctica, sino la obsolescencia de la etiqueta "Customer Segmentation" en encuestas de gestión genéricas, a medida que la capacidad era absorbida por herramientas más específicas y potentes como plataformas de automatización de marketing, Customer Data Platforms (CDP) y sistemas de personalización.

Este proceso de absorción y evolución tecnológica es lo que explica el resurgimiento del valor. El pico de satisfacción en 2017 coincide con la era del Big Data y la inteligencia artificial, tecnologías que permitieron ejecutar la segmentación a un nivel de sofisticación y eficacia previamente inalcanzable. Quienes persistieron en la práctica, ahora armados con mejores herramientas, extrajeron un valor significativamente mayor. Por lo tanto, la trayectoria consolidada no es de auge y caída, sino de **auge, aparente caída terminológica, y resurgimiento del valor a través de la transformación.**

IV. Implicaciones integradas

Esta comprensión sintética de Segmentación de Clientes tiene implicaciones directas para los principales actores del ecosistema empresarial y académico, yendo más allá de las recomendaciones que podrían derivarse de un único tipo de análisis.

Para los **investigadores**, la síntesis tripartita subraya la necesidad crítica de emplear enfoques multi-fuente y longitudinales para evitar conclusiones erróneas. El caso de Segmentación de Clientes sirve como un arquetipo del fenómeno de "erosión de la etiqueta", donde una práctica fundamental persiste o incluso se fortalece mientras su nombre original pierde prominencia. Esto sugiere nuevas líneas de investigación sobre la evolución semántica de los conceptos de gestión y el desarrollo de metodologías que rastreen "constelaciones de conceptos" en lugar de términos aislados. La integración de análisis estructurales (PCA), relacionales (correlación) y temporales ofrece un modelo robusto para abordar esta complejidad.

Para los **consultores y asesores**, el mensaje estratégico es claro: la conversación con los clientes debe trascender la popularidad de las etiquetas. La recomendación no puede basarse en la tendencia de uso de un término, sino en la capacidad subyacente. Deben guiar a las organizaciones a comprender que la segmentación es más vital que nunca, pero su implementación exitosa ahora reside en plataformas tecnológicas avanzadas. La síntesis de los análisis permite una asesoría más matizada: utilizar el interés público (Google Trends) como un indicador de la demanda de mercado, pero enfocar la implementación en los factores que impulsan la satisfacción del usuario (Bain Satisfaction), como la integración de datos y la personalización a escala, que son los verdaderos motores de valor.

Para los **directivos y gerentes de organizaciones**, esta visión integrada fundamenta decisiones estratégicas más sólidas sobre la inversión en tecnología y talento. La decisión no es si "adoptar" o "abandonar" la segmentación, sino cómo "actualizar" y "evolucionar" la capacidad de segmentación de la organización. Para una Pyme, esto puede significar pasar de una hoja de cálculo a un sistema CRM asequible. Para una multinacional, implica invertir en plataformas de IA que permitan una hiper-personalización dinámica. La evidencia consolidada demuestra que la ventaja competitiva no proviene de adoptar la herramienta cuando es popular, sino de dominar su implementación de manera que genere un valor medible y creciente, como lo refleja la trayectoria de la satisfacción.

V. Limitaciones específicas de la integración

La síntesis de tres análisis multi-fuente complejos, si bien robusta, presenta sus propias limitaciones inherentes que deben ser reconocidas. En primer lugar, existe el desafío de ponderar los hallazgos. Por ejemplo, la fuerte correlación predictiva entre Google Trends y Bain Usability debe ser sopesada frente a la dramática divergencia temporal entre la usabilidad y la satisfacción. La narrativa integrada se basa en un juicio analítico para reconciliar estas señales, priorizando la explicación que mejor acomode la totalidad de la evidencia.

En segundo lugar, la integración de múltiples análisis de correlación no supera la limitación fundamental de que la correlación no implica causalidad. Aunque la narrativa de una evolución tecnológica que impulsa la satisfacción tardía es plausible y consistente con los datos, sigue siendo una interpretación. Otros factores no medidos podrían haber contribuido a estos patrones.⁸⁹

Finalmente, existe un riesgo inherente de sobreinterpretación al intentar tejer una única narrativa cohesiva a partir de patrones estadísticos complejos. Cada análisis (PCA, regresión, temporal) es una simplificación de la realidad, y su combinación es, a su vez, otro modelo simplificado. La historia de la "erosión de la etiqueta" es una hipótesis poderosa generada por la síntesis de los datos, pero debe ser tratada como tal, sujeta a una mayor validación cualitativa y cuantitativa. A pesar de estas limitaciones, el enfoque integrado proporciona una comprensión de la dinámica de Segmentación de Clientes que es demostrablemente más rica, matizada y defendible que cualquier análisis de fuente única.

ANEXOS

* Gráficos *

* Datos *

Gráficos

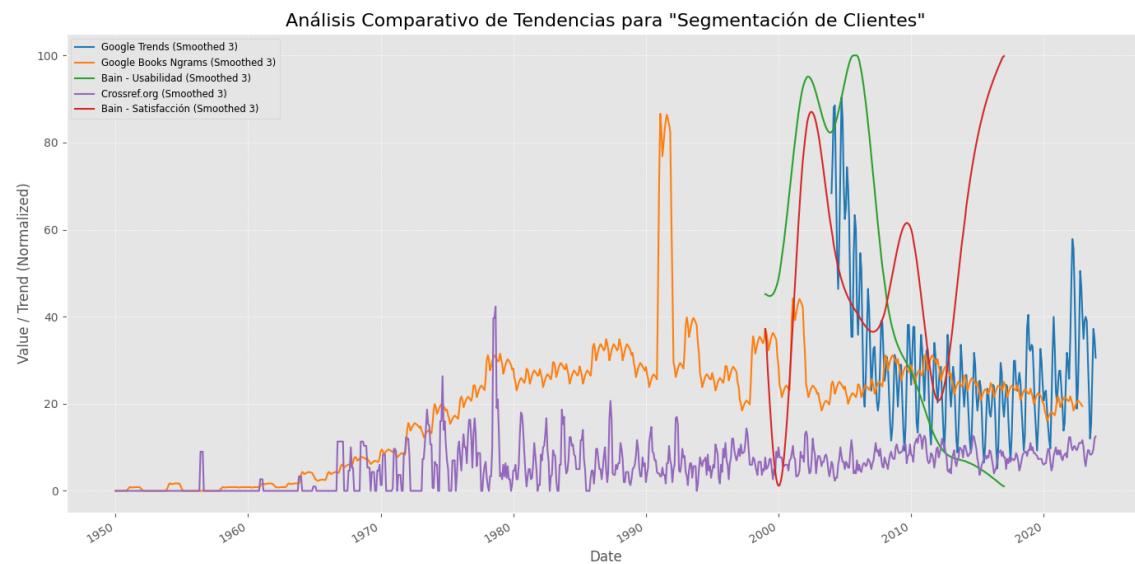


Figura: Análisis Comparativo de Tendencias para "Segmentación de Clientes"

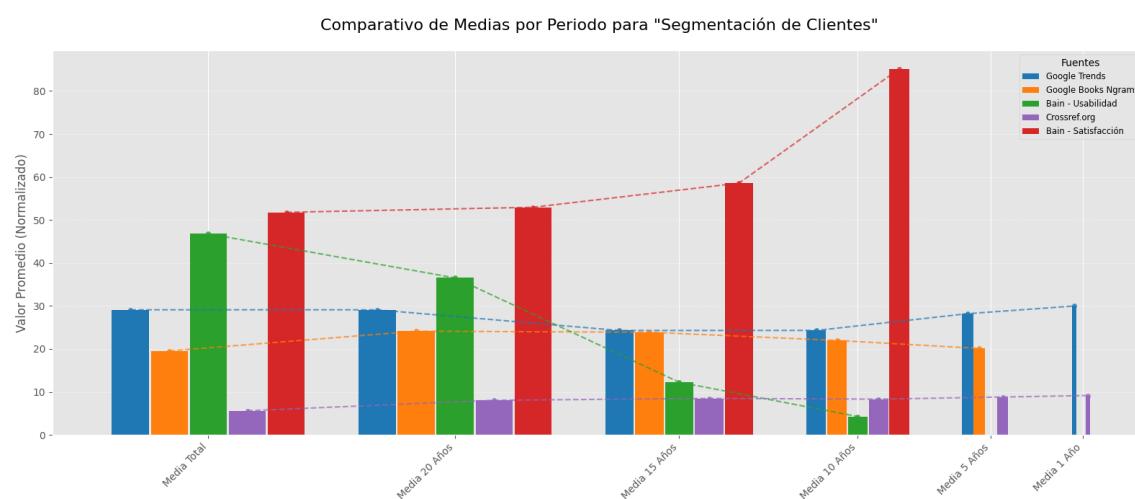


Figura: Comparativo de Medias por Periodo para "Segmentación de Clientes" (Barras Ancho Variable)

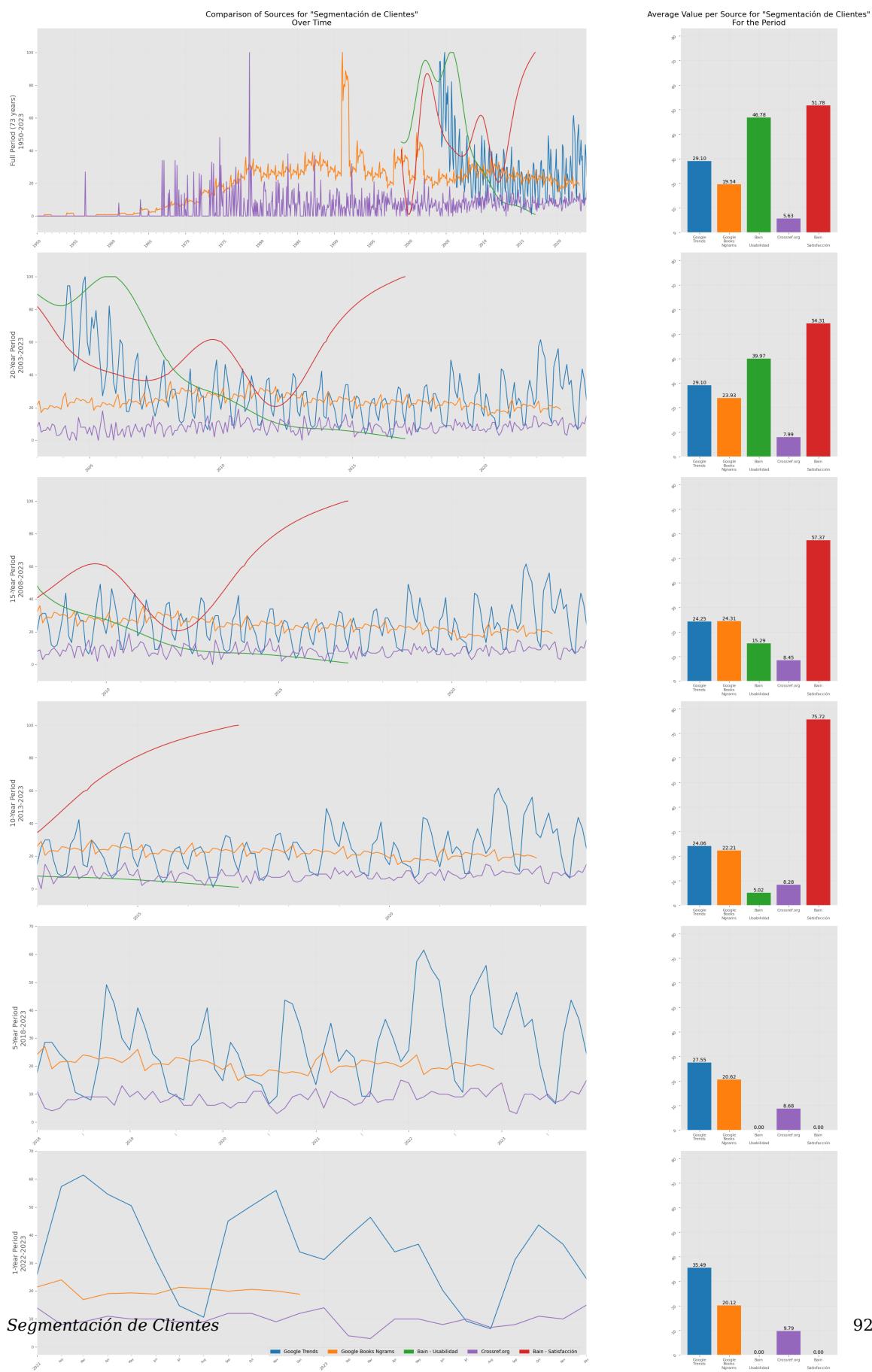


Figura: Comparison of Data Sources for 'Segmentación de Clientes'

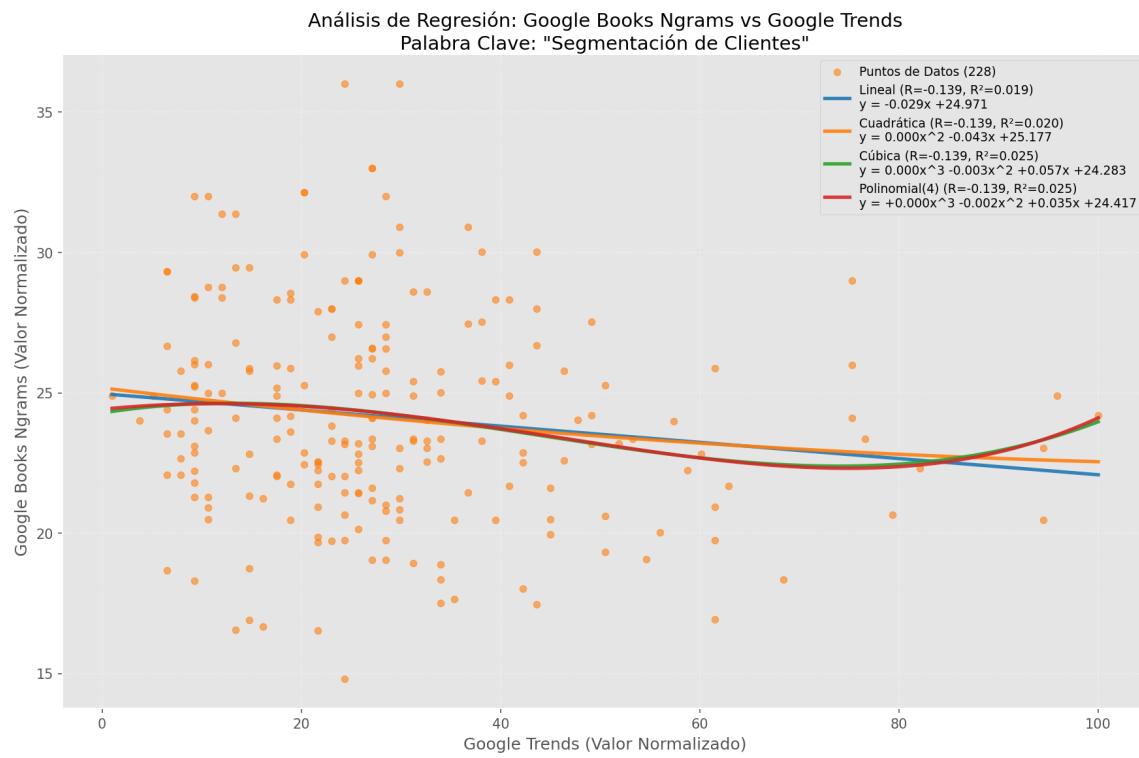


Figura: Análisis de Regresión: Google Books Ngrams vs Google Trends Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

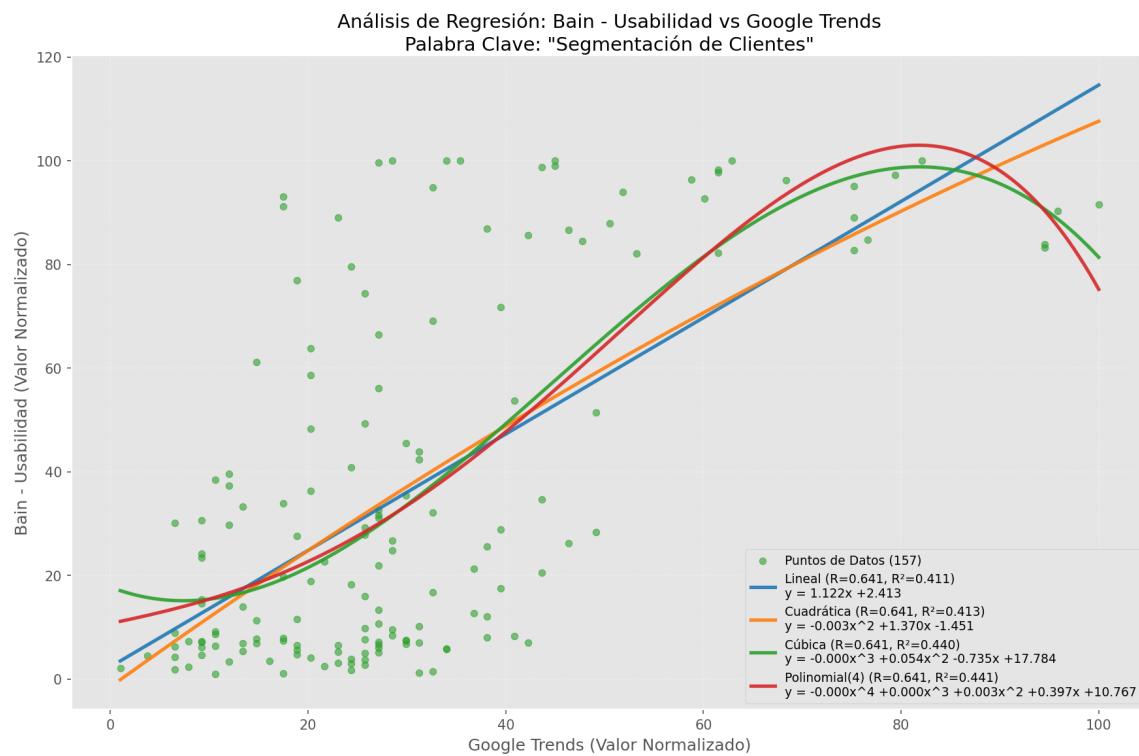


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Usabilidad vs Google Trends Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

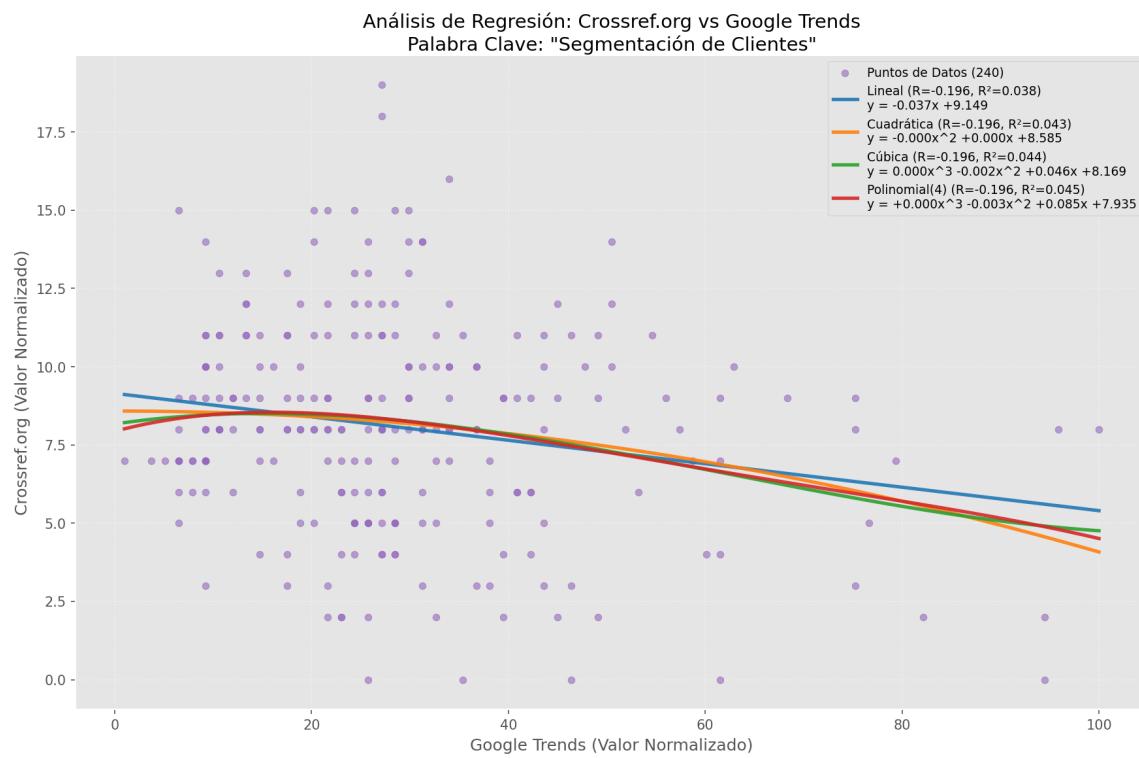


Figura: Análisis de Regresión: Crossref.org vs Google Trends Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

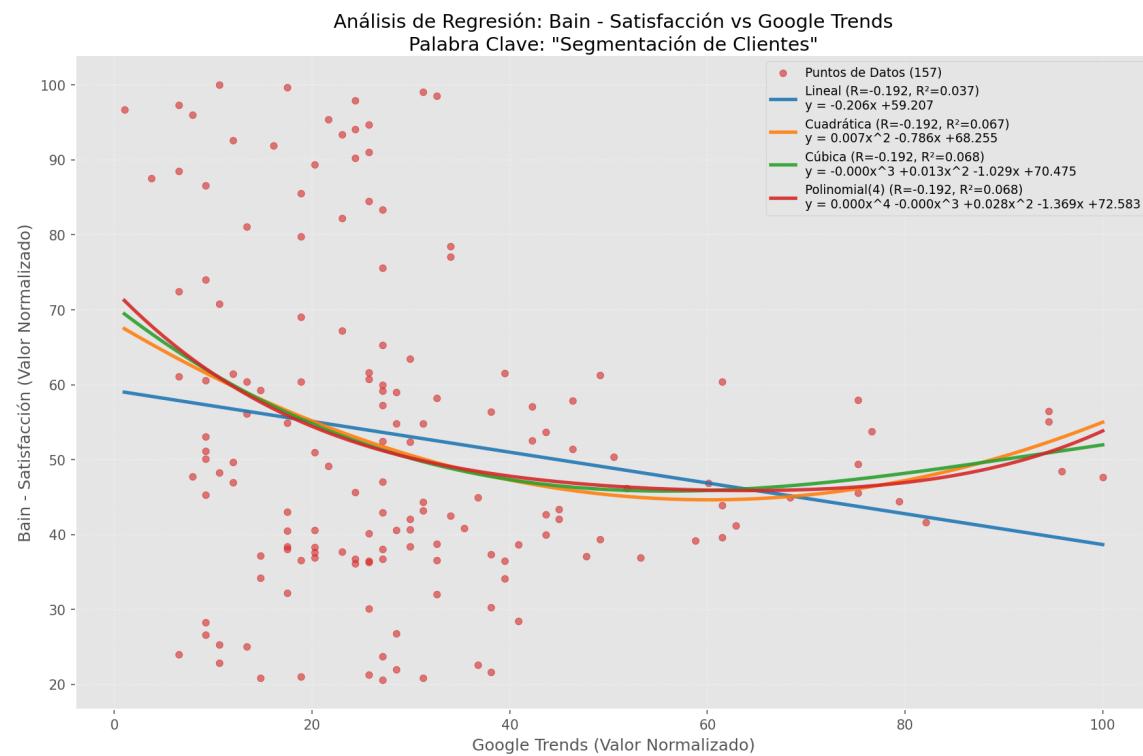


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Satisfacción vs Google Trends Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

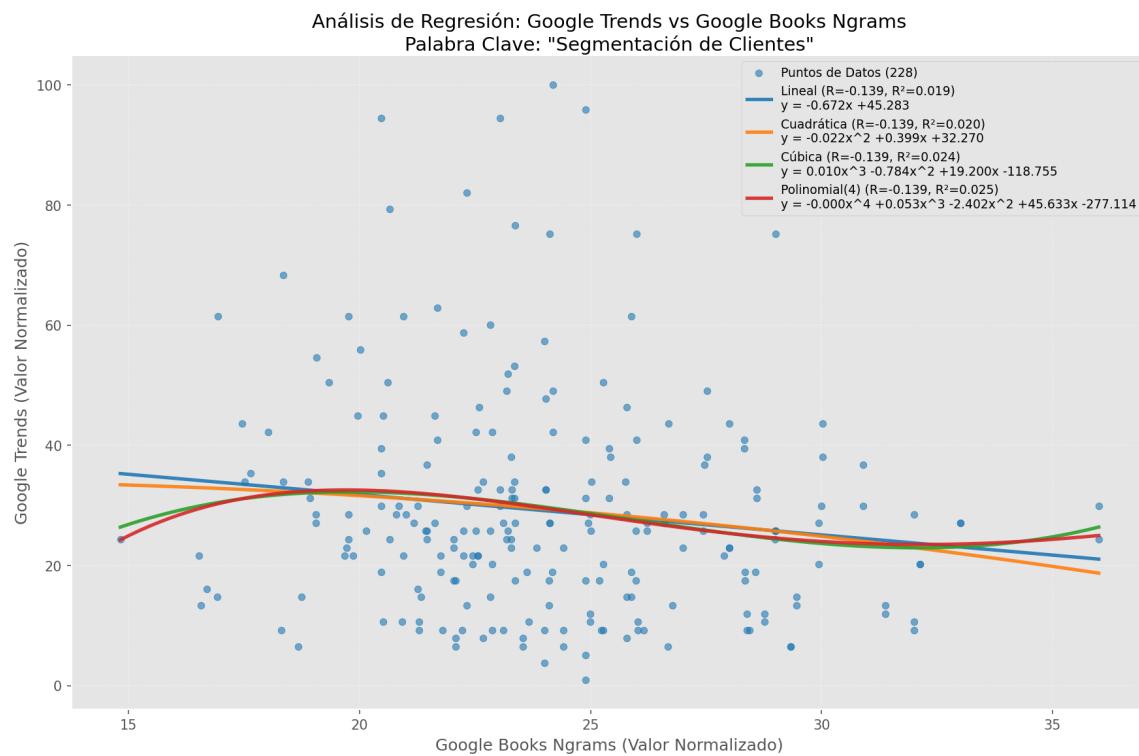


Figura: Análisis de Regresión: Google Trends vs Google Books Ngrams Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

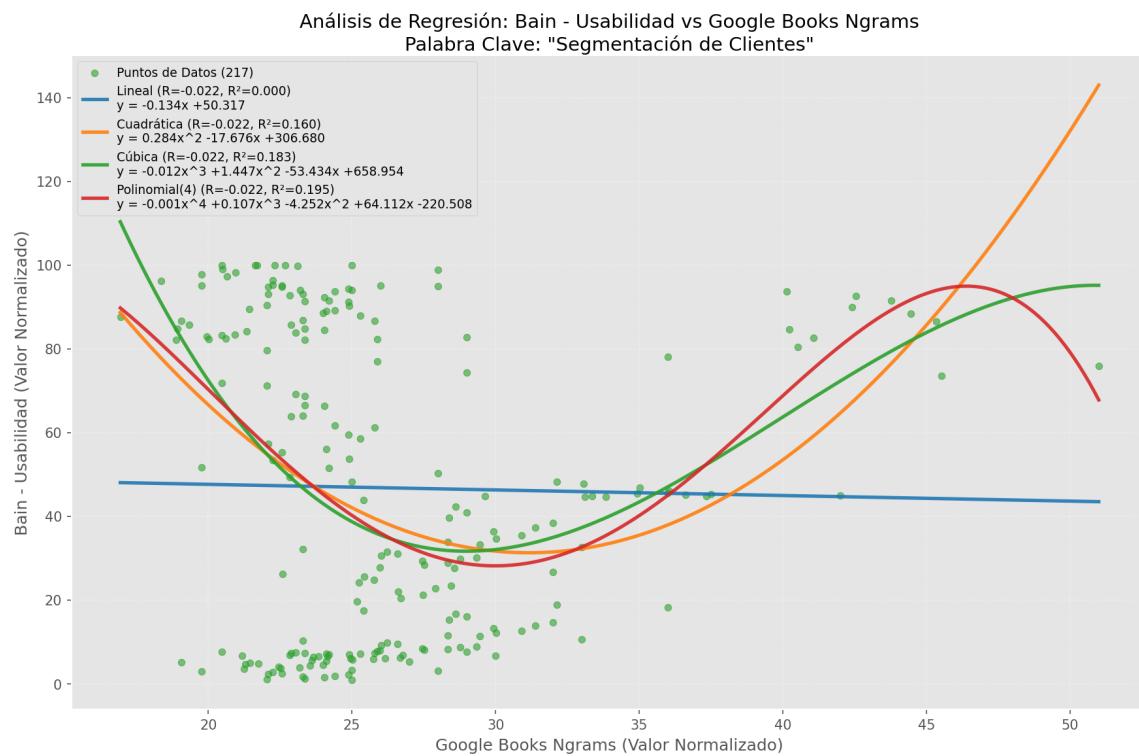


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Usabilidad vs Google Books Ngrams Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

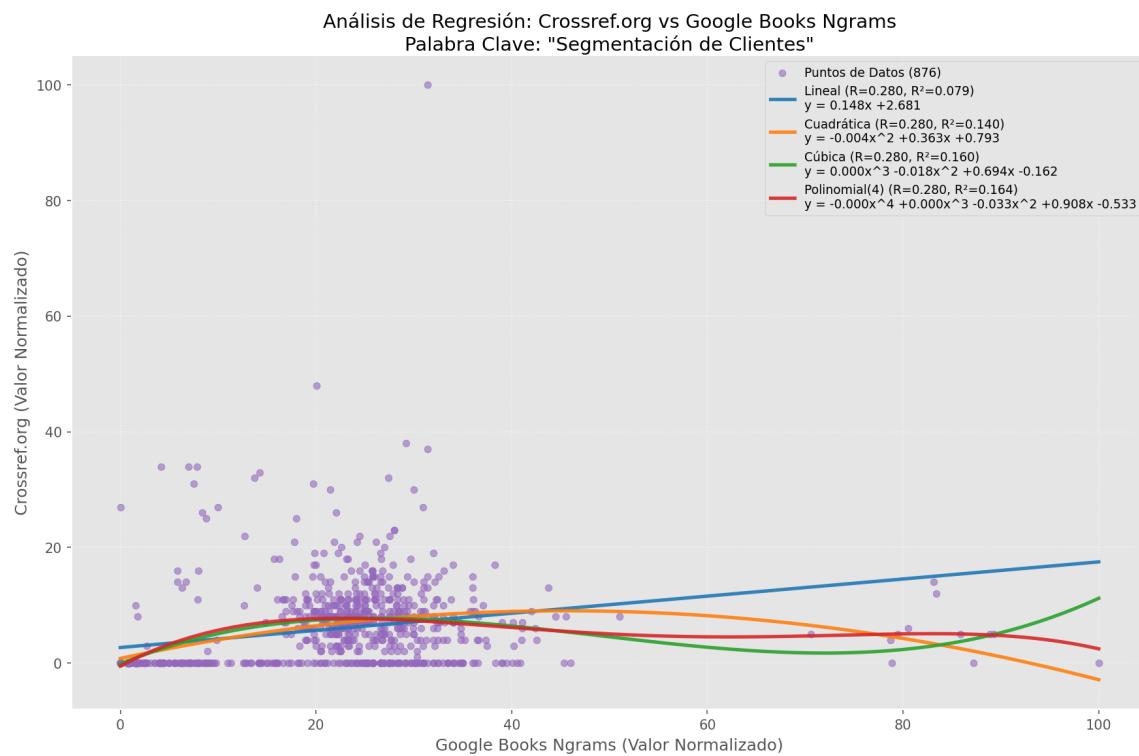
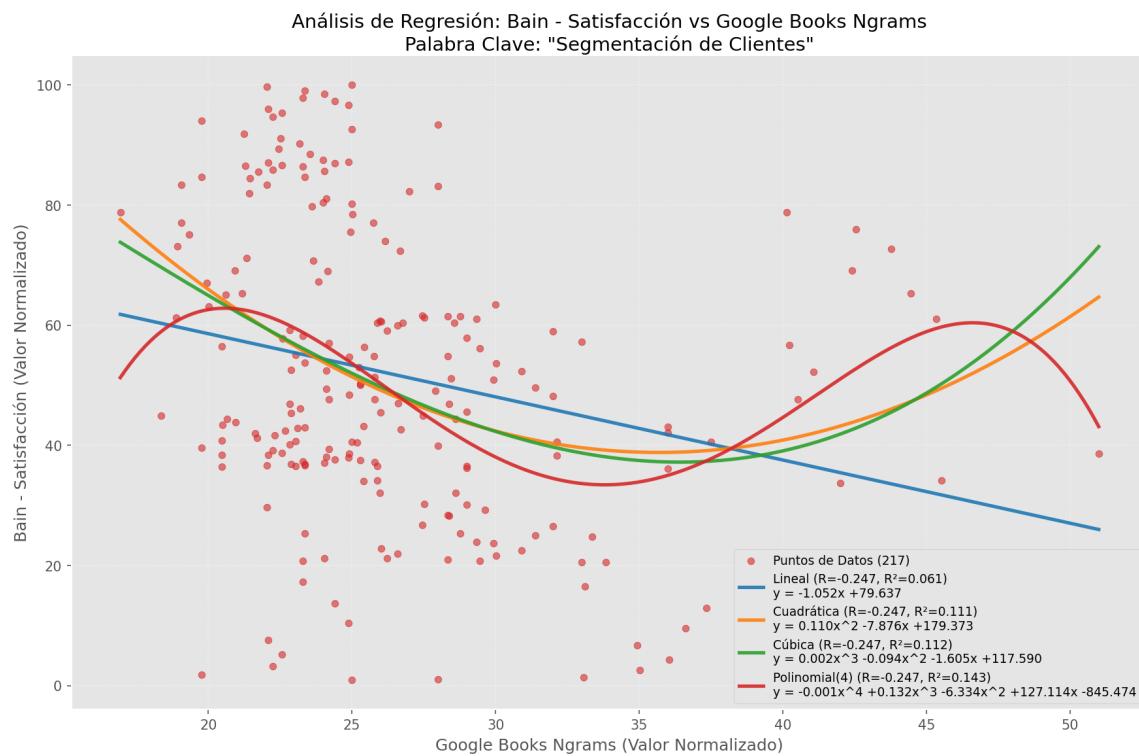


Figura: Análisis de Regresión: Crossref.org vs Google Books Ngrams Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"



*Figura: Análisis de Regresión: Bain - Satisfacción vs Google Books Ngrams Palabra Clave:
"Segmentación de Clientes"*

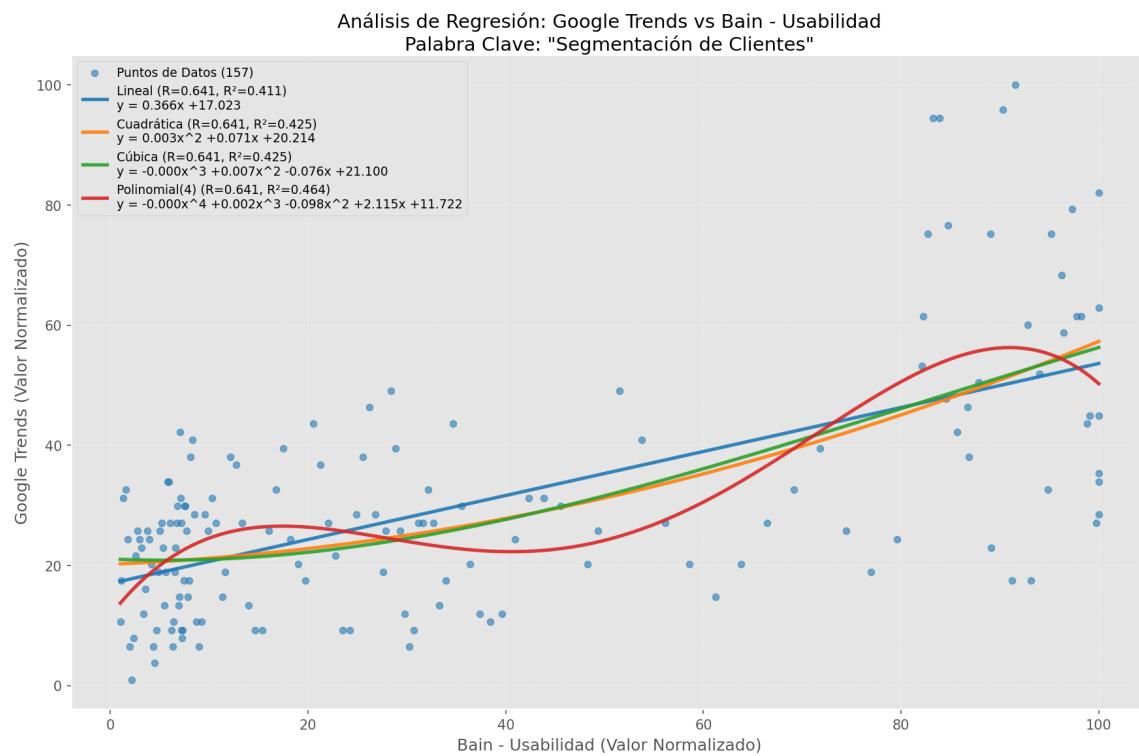


Figura: Análisis de Regresión: Google Trends vs Bain - Usabilidad Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

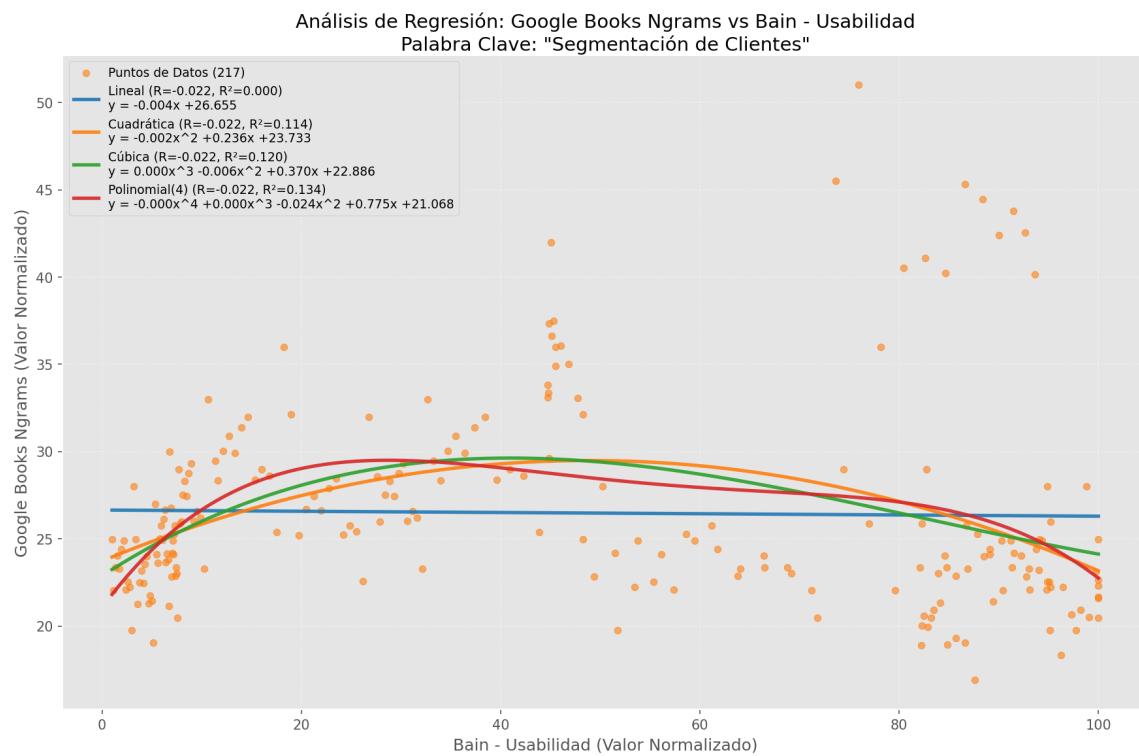


Figura: Análisis de Regresión: Google Books Ngrams vs Bain - Usabilidad Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

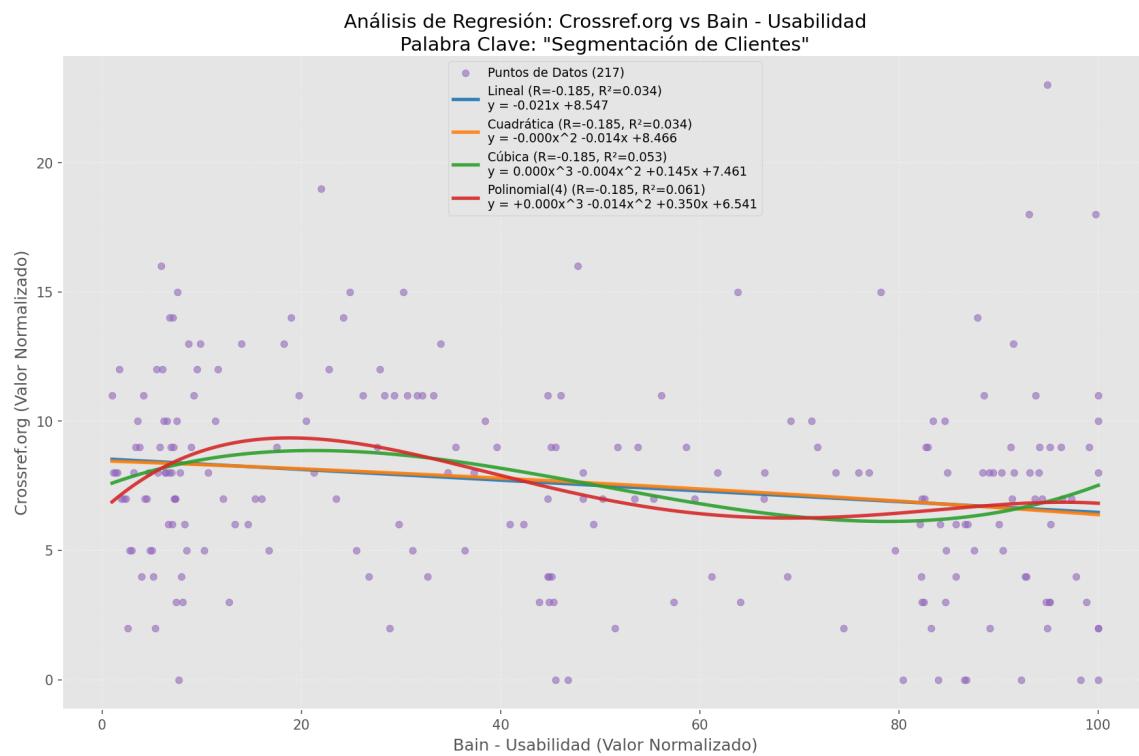


Figura: Análisis de Regresión: Crossref.org vs Bain - Usabilidad Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

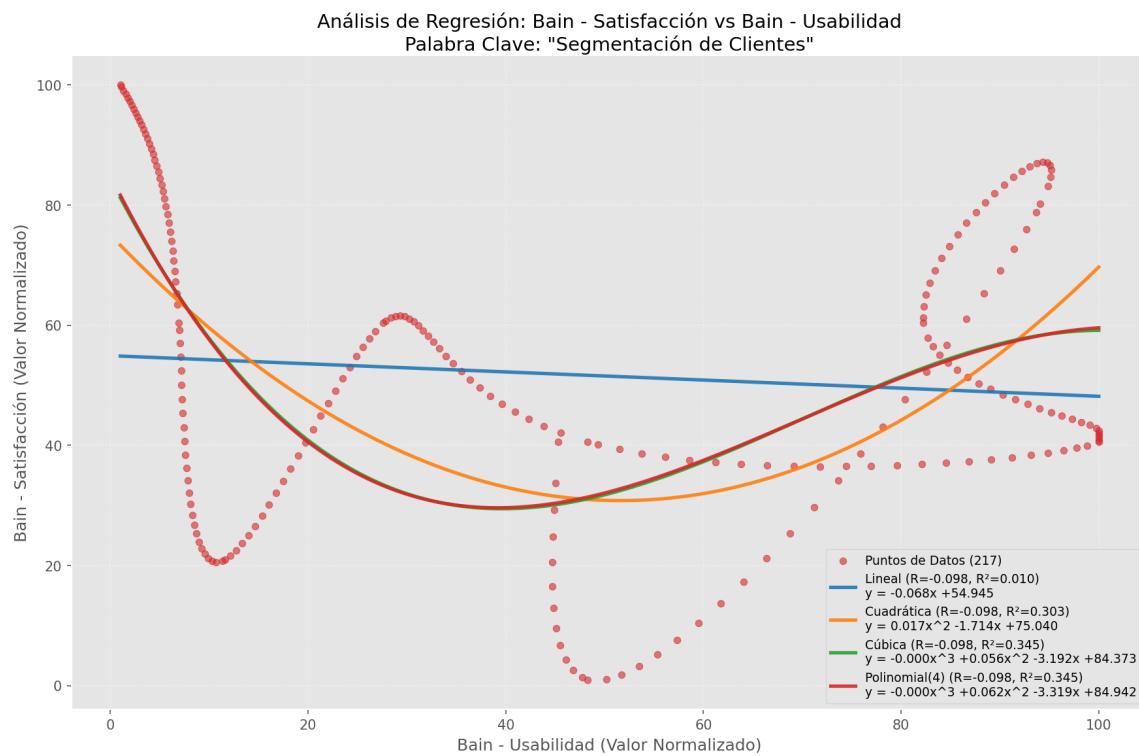


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Satisfacción vs Bain - Usabilidad Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

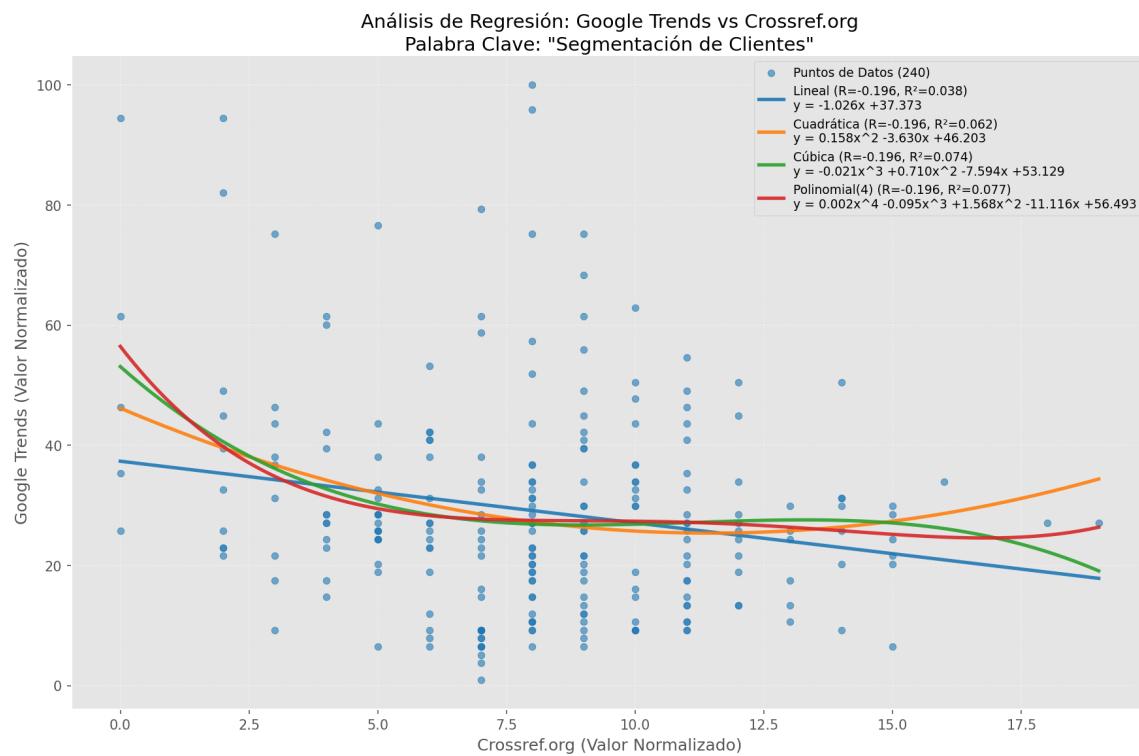


Figura: Análisis de Regresión: Google Trends vs Crossref.org Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

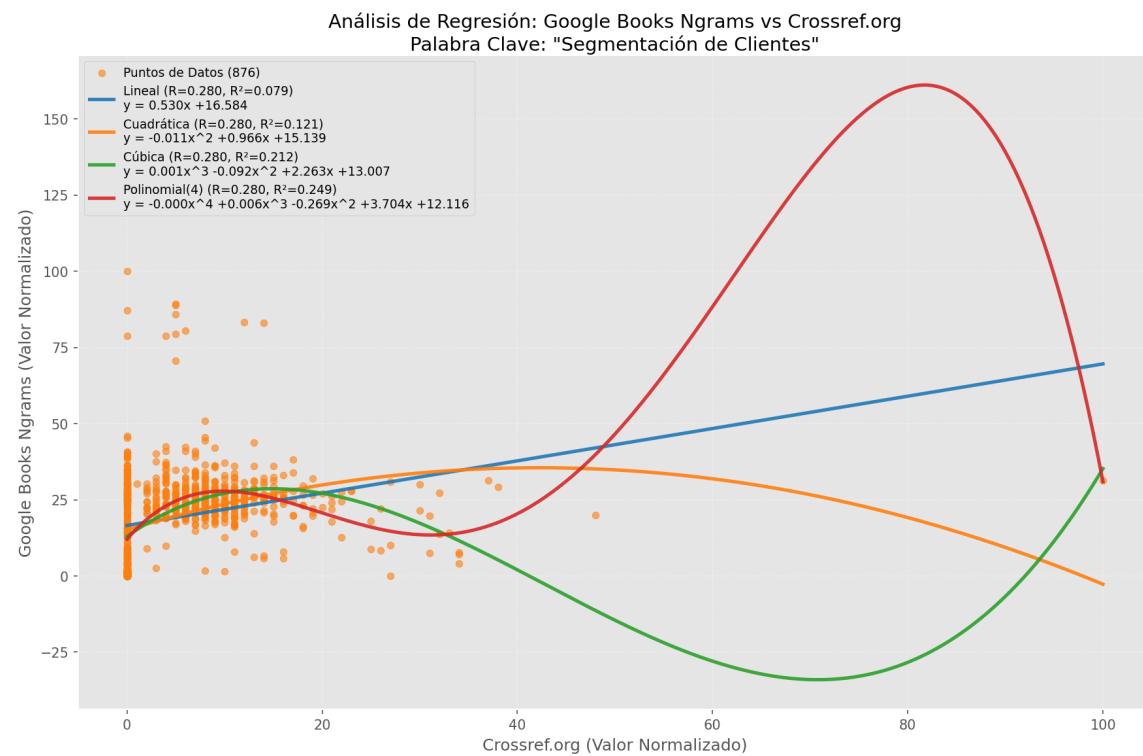


Figura: Análisis de Regresión: Google Books Ngrams vs Crossref.org Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

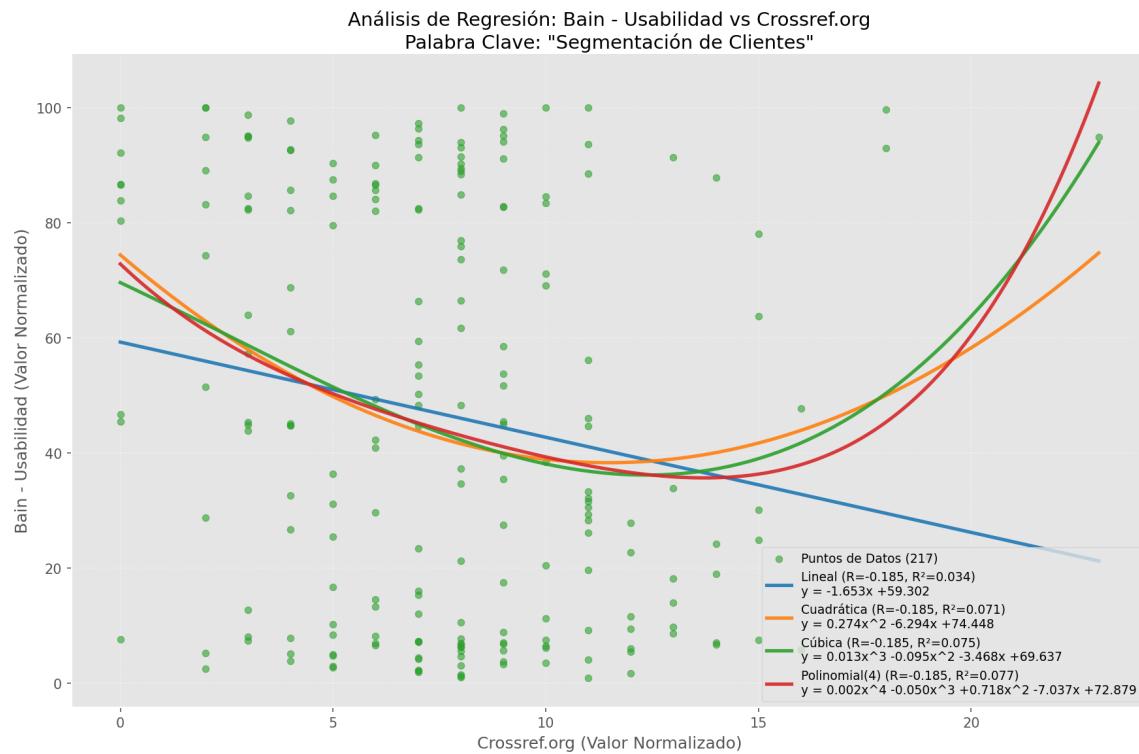


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Usabilidad vs Crossref.org Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

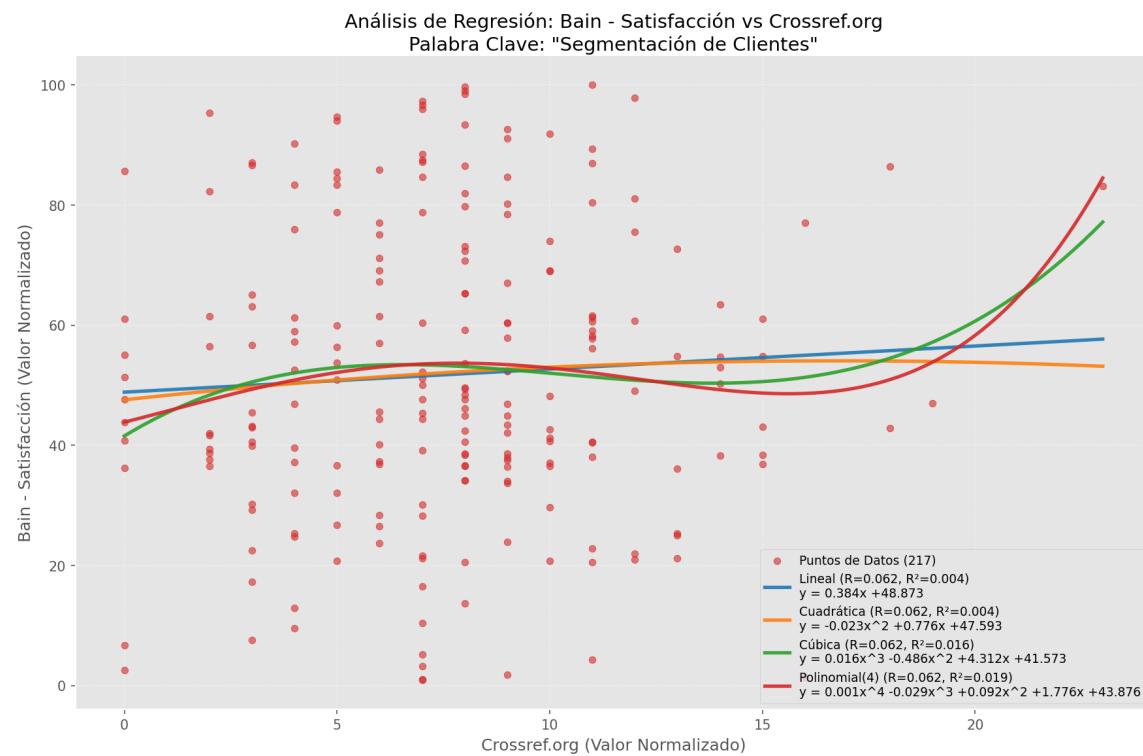


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Satisfacción vs Crossref.org Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

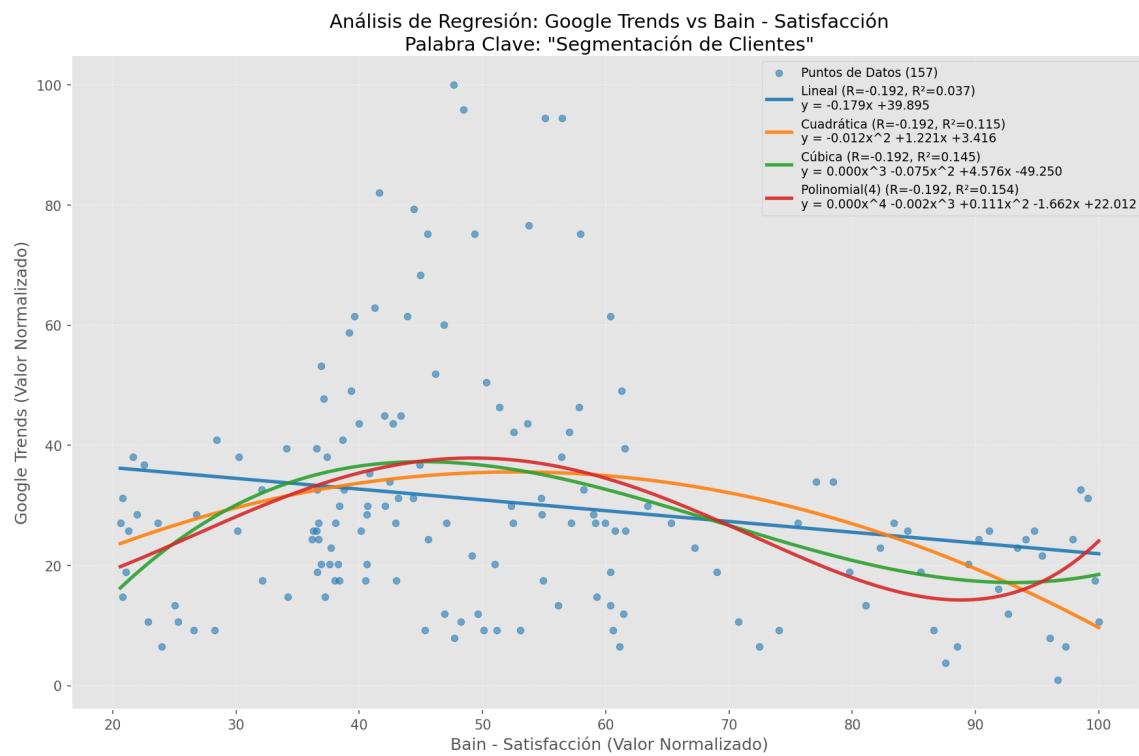
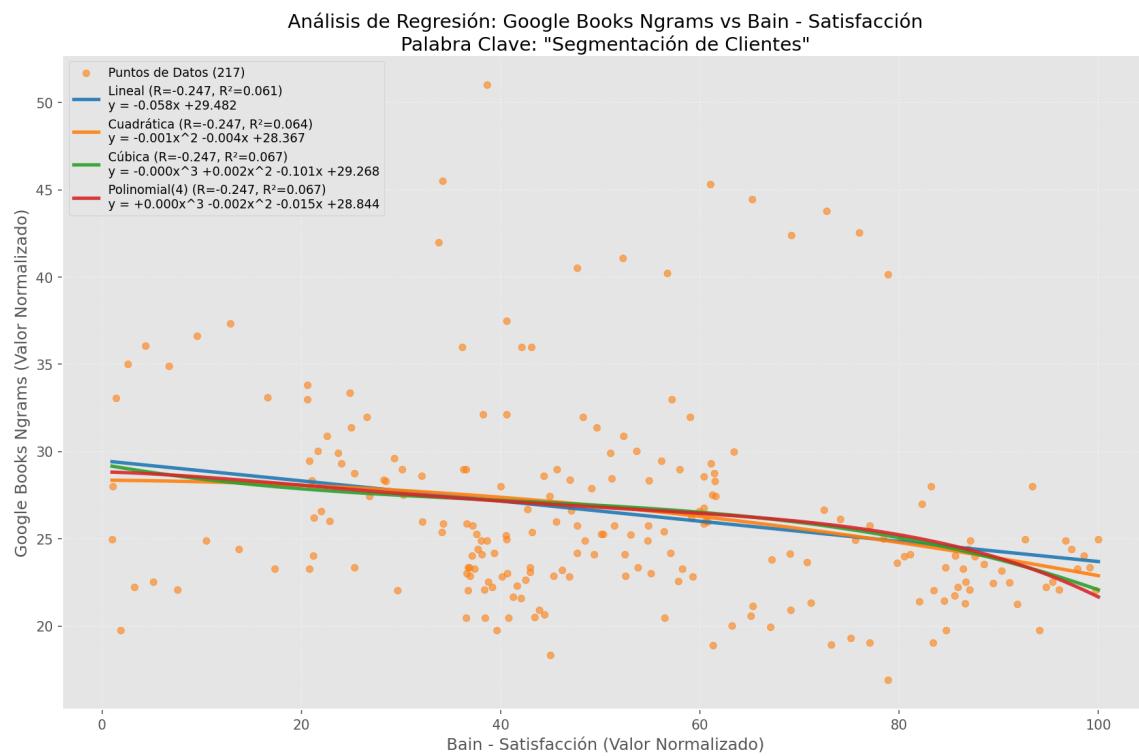


Figura: Análisis de Regresión: Google Trends vs Bain - Satisfacción Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"



*Figura: Análisis de Regresión: Google Books Ngrams vs Bain - Satisfacción Palabra Clave:
"Segmentación de Clientes"*

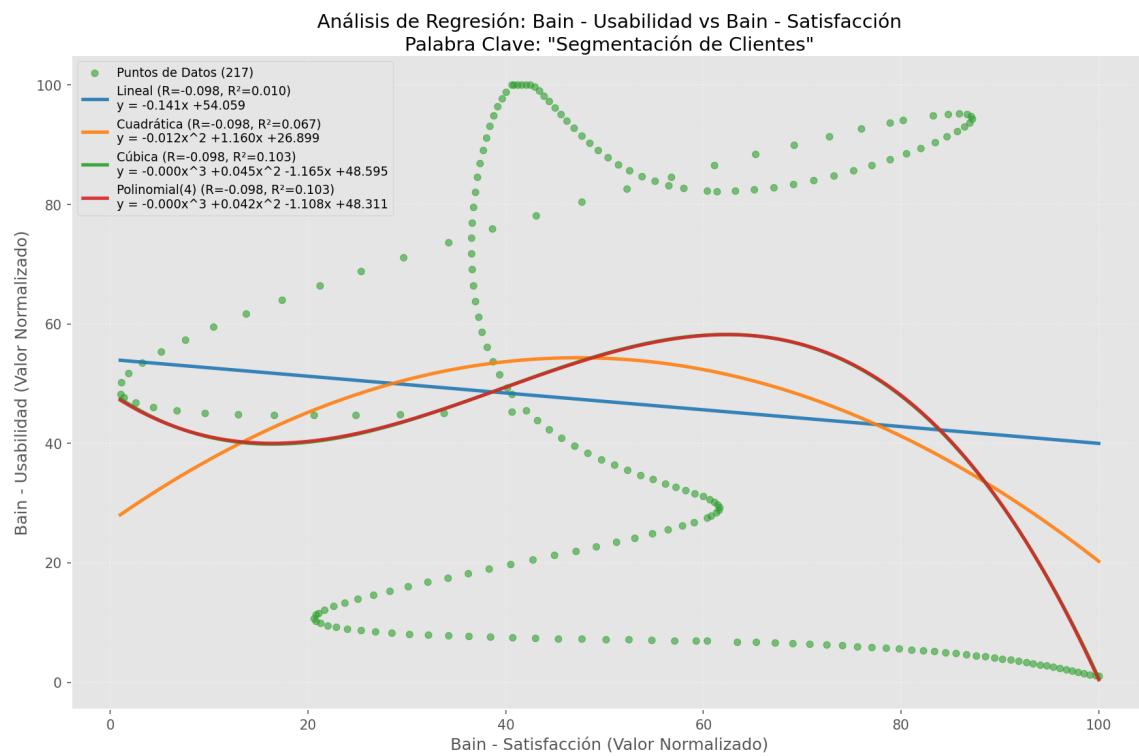


Figura: Análisis de Regresión: Bain - Usabilidad vs Bain - Satisfacción Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

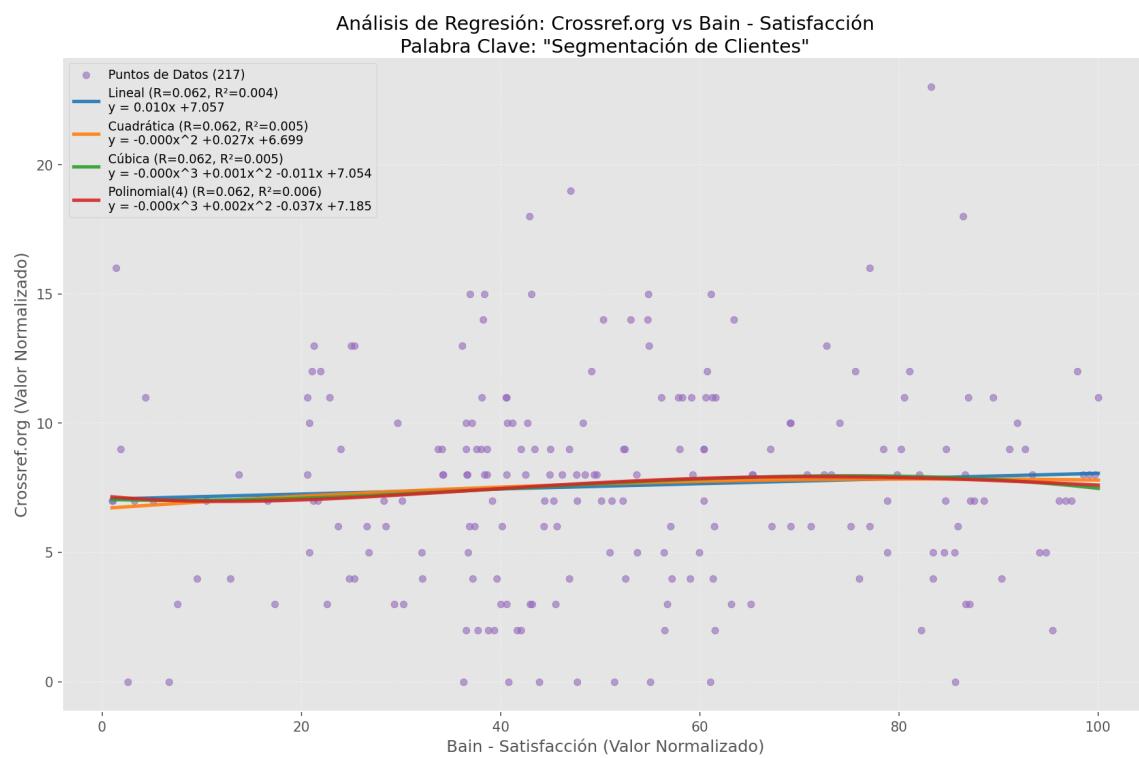


Figura: Análisis de Regresión: Crossref.org vs Bain - Satisfacción Palabra Clave: "Segmentación de Clientes"

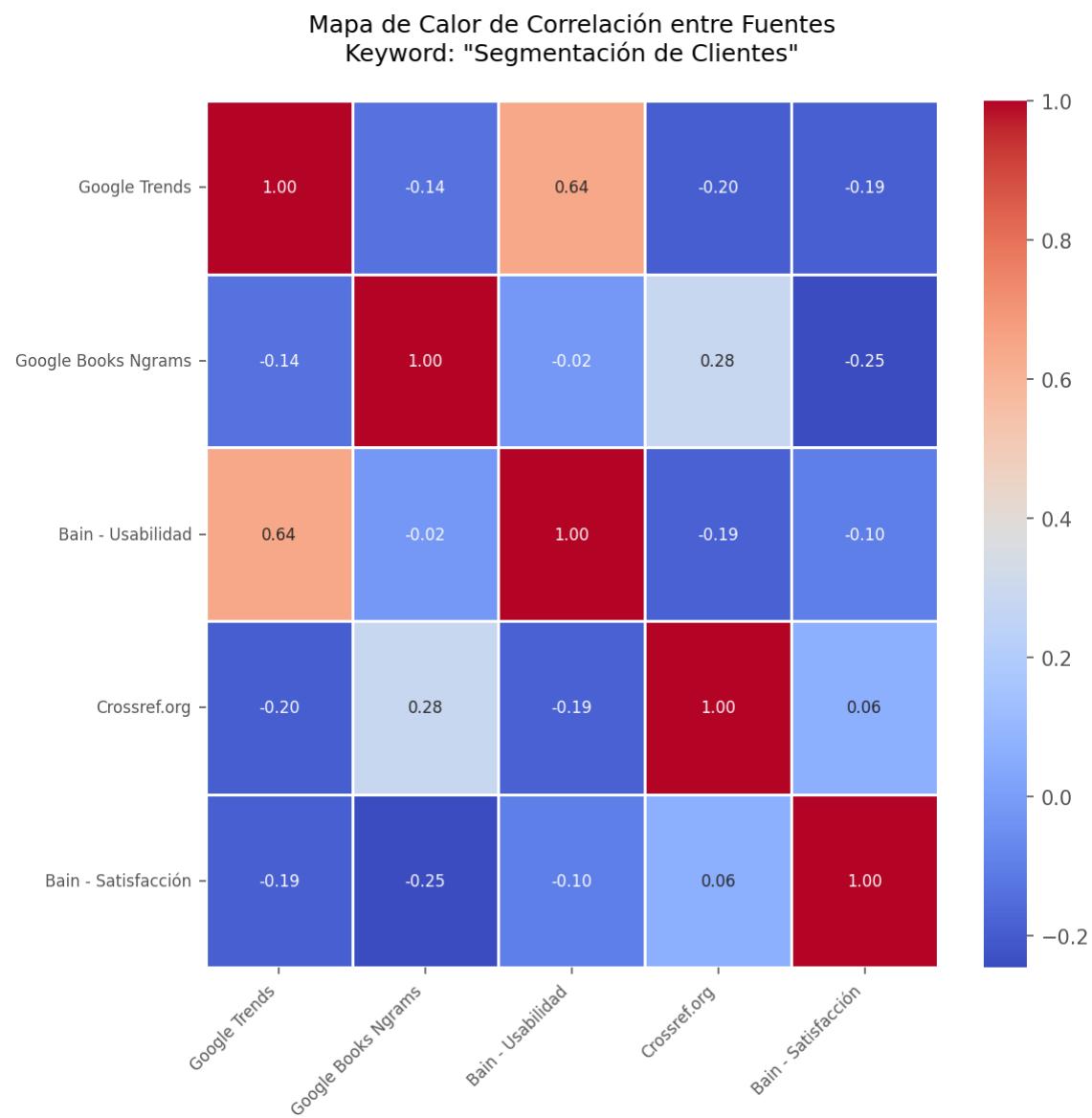


Figura: Mapa de Calor de Correlación entre Fuentes (Segmentación de Clientes)

PCA Varianza Explicada para "Segmentación de Clientes"
(Google Trends, Google Books Ngrams, Bain - Usabilidad, Crossref.org, Bain - Satisfacción)

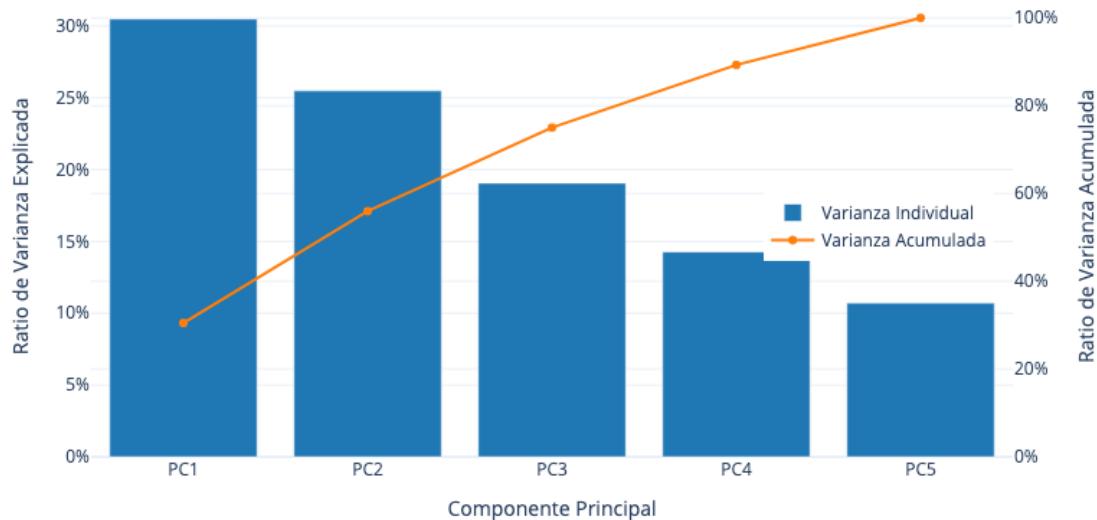


Figura: PCA Varianza Explicada para "Segmentación de Clientes"
(Google Trends, Google Books Ngrams, Bain - Usabilidad, Crossref.org, Bain - Satisfacción)

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

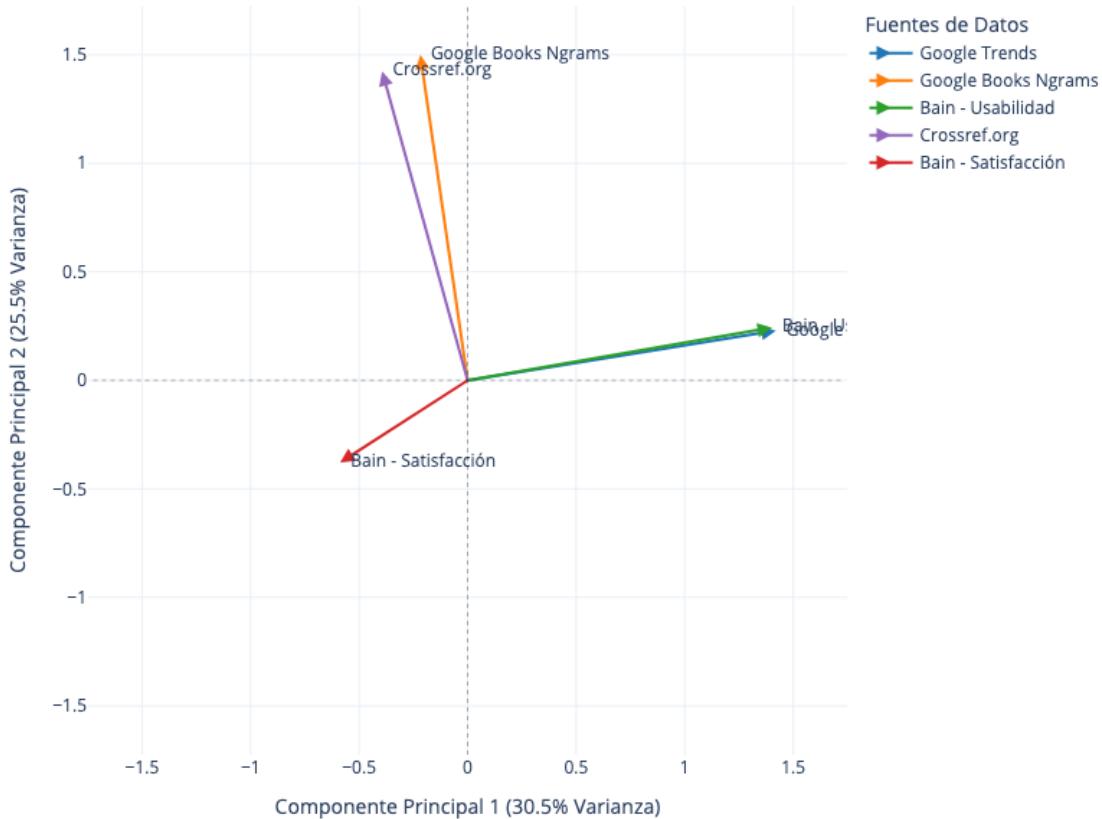


Figura: PCA Gráfico de Cargas PC1 vs PC2 para "Segmentación de Clientes"
(Google Trends, Google Books Ngrams, Bain - Usabilidad, Crossref.org, Bain - Satisfacción)

Datos

Herramientas Gerenciales:

Segmentación de Clientes

Fuentes de Datos:

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

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1950-01-01		0.0		0.0	
1950-02-01		0.0		0.0	
1950-03-01		0.0		0.0	
1950-04-01		0.0		0.0	
1950-05-01		0.0		0.0	
1950-06-01		0.0		0.0	
1950-07-01		0.0		0.0	
1950-08-01		0.0		0.0	
1950-09-01		0.0		0.0	
1950-10-01		0.0		0.0	
1950-11-01		0.0		0.0	
1950-12-01		0.0		0.0	
1951-01-01		0.89260496087...		0.0	
1951-02-01		1.0		0.0	
1951-03-01		0.70566698183...		0.0	
1951-04-01		0.79448389627...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1951-05-01		0.80547788126...		0.0	
1951-06-01		0.78860970850...		0.0	
1951-07-01		0.88895371059...		0.0	
1951-08-01		0.87171337182...		0.0	
1951-09-01		0.83147920899...		0.0	
1951-10-01		0.85839586392...		0.0	
1951-11-01		0.83410448812...		0.0	
1951-12-01		0.78706069323...		0.0	
1952-01-01		0.0		0.0	
1952-02-01		0.0		0.0	
1952-03-01		0.0		0.0	
1952-04-01		0.0		0.0	
1952-05-01		0.0		0.0	
1952-06-01		0.0		0.0	
1952-07-01		0.0		0.0	
1952-08-01		0.0		0.0	
1952-09-01		0.0		0.0	
1952-10-01		0.0		0.0	
1952-11-01		0.0		0.0	
1952-12-01		0.0		0.0	
1953-01-01		0.0		0.0	
1953-02-01		0.0		0.0	
1953-03-01		0.0		0.0	
1953-04-01		0.0		0.0	
1953-05-01		0.0		0.0	
1953-06-01		0.0		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1953-07-01		0.0		0.0	
1953-08-01		0.0		0.0	
1953-09-01		0.0		0.0	
1953-10-01		0.0		0.0	
1953-11-01		0.0		0.0	
1953-12-01		0.0		0.0	
1954-01-01		1.78520992174...		0.0	
1954-02-01		2.0		0.0	
1954-03-01		1.41133396366...		0.0	
1954-04-01		1.58896779255...		0.0	
1954-05-01		1.61095576253...		0.0	
1954-06-01		1.57721941700...		0.0	
1954-07-01		1.77790742119...		0.0	
1954-08-01		1.74342674364...		0.0	
1954-09-01		1.66295841799...		0.0	
1954-10-01		1.71679172785...		0.0	
1954-11-01		1.66820897624...		0.0	
1954-12-01		1.57412138646...		0.0	
1955-01-01		0.0		0.0	
1955-02-01		0.0		0.0	
1955-03-01		0.0		0.0	
1955-04-01		0.0		0.0	
1955-05-01		0.0		0.0	
1955-06-01		0.0		0.0	
1955-07-01		0.0		0.0	
1955-08-01		0.0		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1955-09-01		0.0		0.0	
1955-10-01		0.0		0.0	
1955-11-01		0.0		0.0	
1955-12-01		0.0		0.0	
1956-01-01		0.0		0.0	
1956-02-01		0.0		0.0	
1956-03-01		0.0		0.0	
1956-04-01		0.0		0.0	
1956-05-01		0.0		0.0	
1956-06-01		0.0		0.0	
1956-07-01		0.0		27.0	
1956-08-01		0.0		0.0	
1956-09-01		0.0		0.0	
1956-10-01		0.0		0.0	
1956-11-01		0.0		0.0	
1956-12-01		0.0		0.0	
1957-01-01		0.0		0.0	
1957-02-01		0.0		0.0	
1957-03-01		0.0		0.0	
1957-04-01		0.0		0.0	
1957-05-01		0.0		0.0	
1957-06-01		0.0		0.0	
1957-07-01		0.0		0.0	
1957-08-01		0.0		0.0	
1957-09-01		0.0		0.0	
1957-10-01		0.0		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1957-11-01		0.0		0.0	
1957-12-01		0.0		0.0	
1958-01-01		0.89260496087...		0.0	
1958-02-01		1.0		0.0	
1958-03-01		0.70566698183...		0.0	
1958-04-01		0.79448389627...		0.0	
1958-05-01		0.80547788126...		0.0	
1958-06-01		0.78860970850...		0.0	
1958-07-01		0.88895371059...		0.0	
1958-08-01		0.87171337182...		0.0	
1958-09-01		0.83147920899...		0.0	
1958-10-01		0.85839586392...		0.0	
1958-11-01		0.83410448812...		0.0	
1958-12-01		0.78706069323...		0.0	
1959-01-01		0.89260496087...		0.0	
1959-02-01		1.0		0.0	
1959-03-01		0.70566698183...		0.0	
1959-04-01		0.79448389627...		0.0	
1959-05-01		0.80547788126...		0.0	
1959-06-01		0.78860970850...		0.0	
1959-07-01		0.88895371059...		0.0	
1959-08-01		0.87171337182...		0.0	
1959-09-01		0.83147920899...		0.0	
1959-10-01		0.85839586392...		0.0	
1959-11-01		0.83410448812...		0.0	
1959-12-01		0.78706069323...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1960-01-01		0.89260496087...		0.0	
1960-02-01		1.0		0.0	
1960-03-01		0.70566698183...		0.0	
1960-04-01		0.79448389627...		0.0	
1960-05-01		0.80547788126...		0.0	
1960-06-01		0.78860970850...		0.0	
1960-07-01		0.88895371059...		0.0	
1960-08-01		0.87171337182...		0.0	
1960-09-01		0.83147920899...		0.0	
1960-10-01		0.85839586392...		0.0	
1960-11-01		0.83410448812...		0.0	
1960-12-01		0.78706069323...		0.0	
1961-01-01		1.78520992174...		8.0	
1961-02-01		2.0		0.0	
1961-03-01		1.41133396366...		0.0	
1961-04-01		1.58896779255...		0.0	
1961-05-01		1.61095576253...		0.0	
1961-06-01		1.57721941700...		0.0	
1961-07-01		1.77790742119...		0.0	
1961-08-01		1.74342674364...		0.0	
1961-09-01		1.66295841799...		0.0	
1961-10-01		1.71679172785...		0.0	
1961-11-01		1.66820897624...		0.0	
1961-12-01		1.57412138646...		0.0	
1962-01-01		0.89260496087...		0.0	
1962-02-01		1.0		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1962-03-01		0.70566698183...		0.0	
1962-04-01		0.79448389627...		0.0	
1962-05-01		0.80547788126...		0.0	
1962-06-01		0.78860970850...		0.0	
1962-07-01		0.88895371059...		0.0	
1962-08-01		0.87171337182...		0.0	
1962-09-01		0.83147920899...		0.0	
1962-10-01		0.85839586392...		0.0	
1962-11-01		0.83410448812...		0.0	
1962-12-01		0.78706069323...		0.0	
1963-01-01		1.78520992174...		0.0	
1963-02-01		2.0		0.0	
1963-03-01		1.41133396366...		0.0	
1963-04-01		1.58896779255...		0.0	
1963-05-01		1.61095576253...		0.0	
1963-06-01		1.57721941700...		0.0	
1963-07-01		1.77790742119...		0.0	
1963-08-01		1.74342674364...		0.0	
1963-09-01		1.66295841799...		0.0	
1963-10-01		1.71679172785...		0.0	
1963-11-01		1.66820897624...		0.0	
1963-12-01		1.57412138646...		10.0	
1964-01-01		4.46302480436...		0.0	
1964-02-01		5.0		0.0	
1964-03-01		3.52833490917...		0.0	
1964-04-01		3.97241948138...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1964-05-01		4.02738940634...		0.0	
1964-06-01		3.94304854251...		0.0	
1964-07-01		4.44476855297...		0.0	
1964-08-01		4.35856685912...		0.0	
1964-09-01		4.15739604498...		0.0	
1964-10-01		4.29197931964...		0.0	
1964-11-01		4.17052244060...		0.0	
1964-12-01		3.93530346617...		0.0	
1965-01-01		2.67781488261...		3.0	
1965-02-01		3.0		0.0	
1965-03-01		2.11700094550...		0.0	
1965-04-01		2.38345168882...		0.0	
1965-05-01		2.41643364380...		0.0	
1965-06-01		2.36582912551...		0.0	
1965-07-01		2.666861131787		0.0	
1965-08-01		2.61514011547...		0.0	
1965-09-01		2.49443762698...		0.0	
1965-10-01		2.57518759178...		0.0	
1965-11-01		2.50231346436...		0.0	
1965-12-01		2.36118207970...		0.0	
1966-01-01		4.46302480436...		0.0	
1966-02-01		5.0		0.0	
1966-03-01		3.52833490917...		0.0	
1966-04-01		3.97241948138...		0.0	
1966-05-01		4.02738940634...		0.0	
1966-06-01		3.94304854251...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1966-07-01		4.44476855297...		0.0	
1966-08-01		4.35856685912...		0.0	
1966-09-01		4.15739604498...		0.0	
1966-10-01		4.29197931964...		0.0	
1966-11-01		4.17052244060...		34.0	
1966-12-01		3.93530346617...		0.0	
1967-01-01		6.24823472610...		0.0	
1967-02-01		7.0		34.0	
1967-03-01		4.93966887283...		0.0	
1967-04-01		5.56138727393...		0.0	
1967-05-01		5.63834516888...		0.0	
1967-06-01		5.52026795952...		0.0	
1967-07-01		6.22267597416...		0.0	
1967-08-01		6.10199360276...		0.0	
1967-09-01		5.82035446297...		14.0	
1967-10-01		6.00877104749...		0.0	
1967-11-01		5.83873141684...		16.0	
1967-12-01		5.50942485264...		0.0	
1968-01-01		8.03344464785...		0.0	
1968-02-01		9.0		0.0	
1968-03-01		6.35100283650...		0.0	
1968-04-01		7.15035506648...		0.0	
1968-05-01		7.24930093142...		0.0	
1968-06-01		7.09748737653...		0.0	
1968-07-01		8.000583395361		0.0	
1968-08-01		7.84542034641...		34.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1968-09-01		7.48331288096...		0.0	
1968-10-01		7.72556277535...		0.0	
1968-11-01		7.50694039308...		31.0	
1968-12-01		7.08354623911...		0.0	
1969-01-01		7.14083968697...		0.0	
1969-02-01		8.0		16.0	
1969-03-01		5.64533585467...		0.0	
1969-04-01		6.35587117021...		0.0	
1969-05-01		6.44382305015...		0.0	
1969-06-01		6.30887766802...		13.0	
1969-07-01		7.11162968476...		0.0	
1969-08-01		6.97370697459...		0.0	
1969-09-01		6.65183367197...		0.0	
1969-10-01		6.86716691142...		0.0	
1969-11-01		6.67283590496...		14.0	
1969-12-01		6.29648554587...		0.0	
1970-01-01		9.81865456959...		4.0	
1970-02-01		11.0		0.0	
1970-03-01		7.76233680017...		0.0	
1970-04-01		8.73932285903...		25.0	
1970-05-01		8.86025669395...		0.0	
1970-06-01		8.67470679353...		0.0	
1970-07-01		9.77849081655...		0.0	
1970-08-01		9.58884709006...		0.0	
1970-09-01		9.14627129895...		0.0	
1970-10-01		9.44235450320...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1970-11-01		9.17514936932...		0.0	
1970-12-01		8.65766762558...		0.0	
1971-01-01		8.92604960872...		2.0	
1971-02-01		10.0		27.0	
1971-03-01		7.05666981834...		0.0	
1971-04-01		7.94483896276...		0.0	
1971-05-01		8.05477881268...		0.0	
1971-06-01		7.88609708503...		11.0	
1971-07-01		8.88953710595...		0.0	
1971-08-01		8.71713371824...		0.0	
1971-09-01		8.31479208996...		0.0	
1971-10-01		8.58395863928...		0.0	
1971-11-01		8.34104488120...		26.0	
1971-12-01		7.87060693234...		0.0	
1972-01-01		16.0668892957...		11.0	
1972-02-01		18.0		25.0	
1972-03-01		12.7020056730...		0.0	
1972-04-01		14.3007101329...		0.0	
1972-05-01		14.4986018628...		0.0	
1972-06-01		14.1949747530...		0.0	
1972-07-01		16.001166790722		0.0	
1972-08-01		15.6908406928...		0.0	
1972-09-01		14.9666257619...		0.0	
1972-10-01		15.4511255507...		0.0	
1972-11-01		15.0138807861...		0.0	
1972-12-01		14.1670924782...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1973-01-01		14.2816793739...		0.0	
1973-02-01		16.0		0.0	
1973-03-01		11.2906717093...		0.0	
1973-04-01		12.7117423404...		22.0	
1973-05-01		12.8876461003...		0.0	
1973-06-01		12.6177553360...		10.0	
1973-07-01		14.2232593695...		33.0	
1973-08-01		13.9474139491...		13.0	
1973-09-01		13.3036673439...		0.0	
1973-10-01		13.7343338228...		32.0	
1973-11-01		13.3456718099...		0.0	
1973-12-01		12.5929710917...		0.0	
1974-01-01		20.5299141000...		2.0	
1974-02-01		23.0		0.0	
1974-03-01		16.2303405821...		18.0	
1974-04-01		18.2731296143...		0.0	
1974-05-01		18.5259912691...		0.0	
1974-06-01		18.1380232955...		0.0	
1974-07-01		20.4459353437...		0.0	
1974-08-01		20.0494075519...		48.0	
1974-09-01		19.1240218069...		0.0	
1974-10-01		19.7431048703...		31.0	
1974-11-01		19.1844032267...		11.0	
1974-12-01		18.1023959443...		6.0	
1975-01-01		17.8520992174...		15.0	
1975-02-01		20.0		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1975-03-01		14.1133396366...		0.0	
1975-04-01		15.8896779255...		0.0	
1975-05-01		16.1095576253...		0.0	
1975-06-01		15.7721941700...		0.0	
1975-07-01		17.7790742119...		21.0	
1975-08-01		17.4342674364...		0.0	
1975-09-01		16.6295841799...		0.0	
1975-10-01		17.1679172785...		0.0	
1975-11-01		16.6820897624...		11.0	
1975-12-01		15.7412138646...		18.0	
1976-01-01		22.3151240218...		5.0	
1976-02-01		25.0		0.0	
1976-03-01		17.6416745458...		9.0	
1976-04-01		19.8620974069...		19.0	
1976-05-01		20.1369470317...		11.0	
1976-06-01		19.7152427125...		0.0	
1976-07-01		22.2238427648...		19.0	
1976-08-01		21.7928342956...		0.0	
1976-09-01		20.7869802249...		19.0	
1976-10-01		21.4598965982...		30.0	
1976-11-01		20.8526122030...		0.0	
1976-12-01		19.6765173308...		6.0	
1977-01-01		24.9929389044...		10.0	
1977-02-01		28.0		23.0	
1977-03-01		19.7586754913...		17.0	
1977-04-01		22.2455490957...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1977-05-01		22.5533806755...		0.0	
1977-06-01		22.0810718380...		26.0	
1977-07-01		24.8907038966...		0.0	
1977-08-01		24.4079744110...		0.0	
1977-09-01		23.2814178518...		0.0	
1977-10-01		24.0350841899...		0.0	
1977-11-01		23.3549256673...		11.0	
1977-12-01		22.0376994105...		6.0	
1978-01-01		32.1337785914...		3.0	
1978-02-01		36.0		0.0	
1978-03-01		25.4040113460...		0.0	
1978-04-01		28.6014202659...		0.0	
1978-05-01		28.9972037256...		10.0	
1978-06-01		28.3899495061...		0.0	
1978-07-01		32.002333581444		19.0	
1978-08-01		31.3816813856...		100.0	
1978-09-01		29.9332515238...		0.0	
1978-10-01		30.9022511014...		27.0	
1978-11-01		30.0277615723...		30.0	
1978-12-01		28.3341849564...		6.0	
1979-01-01		31.2411736305...		4.0	
1979-02-01		35.0		0.0	
1979-03-01		24.6983443641...		8.0	
1979-04-01		27.8069363696...		0.0	
1979-05-01		28.1917258444...		10.0	
1979-06-01		27.6013397976...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1979-07-01		31.1133798708...		9.0	
1979-08-01		30.5099680138...		0.0	
1979-09-01		29.1017723148...		8.0	
1979-10-01		30.0438552374...		0.0	
1979-11-01		29.1936570842...		0.0	
1979-12-01		27.5471242632...		0.0	
1980-01-01		26.7781488261...		4.0	
1980-02-01		30.0		10.0	
1980-03-01		21.1700094550...		0.0	
1980-04-01		23.8345168882...		8.0	
1980-05-01		24.1643364380...		0.0	
1980-06-01		23.6582912551...		0.0	
1980-07-01		26.66861131787		18.0	
1980-08-01		26.1514011547...		21.0	
1980-09-01		24.9443762698...		15.0	
1980-10-01		25.7518759178...		16.0	
1980-11-01		25.0231346436...		10.0	
1980-12-01		23.6118207970...		0.0	
1981-01-01		28.5633587479...		3.0	
1981-02-01		32.0		0.0	
1981-03-01		22.5813434186...		7.0	
1981-04-01		25.4234846808...		8.0	
1981-05-01		25.7752922006...		0.0	
1981-06-01		25.2355106721...		0.0	
1981-07-01		28.4465187390...		9.0	
1981-08-01		27.8948278983...		9.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1981-09-01		26.6073346878...		15.0	
1981-10-01		27.4686676456...		0.0	
1981-11-01		26.6913436198...		0.0	
1981-12-01		25.1859421835...		0.0	
1982-01-01		27.6707537870...		4.0	
1982-02-01		31.0		0.0	
1982-03-01		21.8756764368...		21.0	
1982-04-01		24.6290007845...		0.0	
1982-05-01		24.9698143193...		9.0	
1982-06-01		24.4469009636...		22.0	
1982-07-01		27.5575650284...		8.0	
1982-08-01		27.0231145265...		20.0	
1982-09-01		25.7758554788...		0.0	
1982-10-01		26.6102717817...		0.0	
1982-11-01		25.8572391317...		0.0	
1982-12-01		24.3988814902...		10.0	
1983-01-01		30.3485686696...		1.0	
1983-02-01		34.0		17.0	
1983-03-01		23.9926773823...		7.0	
1983-04-01		27.0124524733...		0.0	
1983-05-01		27.3862479631...		0.0	
1983-06-01		26.8127300891...		0.0	
1983-07-01		30.2244261602...		0.0	
1983-08-01		29.6382546420...		18.0	
1983-09-01		28.2702931058...		0.0	
1983-10-01		29.1854593735...		38.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1983-11-01		28.3595525961...		8.0	
1983-12-01		26.7600635699...		5.0	
1984-01-01		28.5633587479...		7.0	
1984-02-01		32.0		0.0	
1984-03-01		22.5813434186...		7.0	
1984-04-01		25.4234846808...		14.0	
1984-05-01		25.7752922006...		16.0	
1984-06-01		25.2355106721...		7.0	
1984-07-01		28.4465187390...		8.0	
1984-08-01		27.8948278983...		17.0	
1984-09-01		26.6073346878...		0.0	
1984-10-01		27.4686676456...		7.0	
1984-11-01		26.6913436198...		8.0	
1984-12-01		25.1859421835...		0.0	
1985-01-01		28.5633587479...		7.0	
1985-02-01		32.0		8.0	
1985-03-01		22.5813434186...		20.0	
1985-04-01		25.4234846808...		7.0	
1985-05-01		25.7752922006...		15.0	
1985-06-01		25.2355106721...		0.0	
1985-07-01		28.4465187390...		0.0	
1985-08-01		27.8948278983...		0.0	
1985-09-01		26.6073346878...		0.0	
1985-10-01		27.4686676456...		0.0	
1985-11-01		26.6913436198...		0.0	
1985-12-01		25.1859421835...		9.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1986-01-01		34.8115934740...		5.0	
1986-02-01		39.0		0.0	
1986-03-01		27.5210122915...		0.0	
1986-04-01		30.9848719547...		14.0	
1986-05-01		31.4136373694...		15.0	
1986-06-01		30.7557786316...		0.0	
1986-07-01		34.669194713231		7.0	
1986-08-01		33.9968215011...		8.0	
1986-09-01		32.427689150858		0.0	
1986-10-01		33.4774386931...		0.0	
1986-11-01		32.5300750367...		15.0	
1986-12-01		30.6953670361...		9.0	
1987-01-01		34.8115934740...		6.0	
1987-02-01		39.0		0.0	
1987-03-01		27.5210122915...		0.0	
1987-04-01		30.9848719547...		13.0	
1987-05-01		31.4136373694...		37.0	
1987-06-01		30.7557786316...		12.0	
1987-07-01		34.669194713231		0.0	
1987-08-01		33.9968215011...		0.0	
1987-09-01		32.427689150858		11.0	
1987-10-01		33.4774386931...		0.0	
1987-11-01		32.5300750367...		7.0	
1987-12-01		30.6953670361...		8.0	
1988-01-01		34.8115934740...		4.0	
1988-02-01		39.0		7.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1988-03-01		27.5210122915...		22.0	
1988-04-01		30.9848719547...		0.0	
1988-05-01		31.4136373694...		0.0	
1988-06-01		30.7557786316...		6.0	
1988-07-01		34.669194713231		0.0	
1988-08-01		33.9968215011...		7.0	
1988-09-01		32.427689150858		6.0	
1988-10-01		33.4774386931...		0.0	
1988-11-01		32.5300750367...		0.0	
1988-12-01		30.6953670361...		4.0	
1989-01-01		30.3485686696...		4.0	
1989-02-01		34.0		7.0	
1989-03-01		23.9926773823...		5.0	
1989-04-01		27.0124524733...		6.0	
1989-05-01		27.3862479631...		13.0	
1989-06-01		26.8127300891...		16.0	
1989-07-01		30.2244261602...		0.0	
1989-08-01		29.6382546420...		0.0	
1989-09-01		28.2702931058...		10.0	
1989-10-01		29.1854593735...		0.0	
1989-11-01		28.3595525961...		13.0	
1989-12-01		26.7600635699...		4.0	
1990-01-01		27.6707537870...		2.0	
1990-02-01		31.0		0.0	
1990-03-01		21.8756764368...		10.0	
1990-04-01		24.6290007845...		6.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1990-05-01		24.9698143193...		17.0	
1990-06-01		24.4469009636...		16.0	
1990-07-01		27.5575650284...		11.0	
1990-08-01		27.0231145265...		0.0	
1990-09-01		25.7758554788...		15.0	
1990-10-01		26.6102717817...		6.0	
1990-11-01		25.8572391317...		0.0	
1990-12-01		24.3988814902...		7.0	
1991-01-01		89.2604960872...		5.0	
1991-02-01		100.0		0.0	
1991-03-01		70.5666981834...		5.0	
1991-04-01		79.4483896276...		5.0	
1991-05-01		80.5477881268...		6.0	
1991-06-01		78.8609708503...		0.0	
1991-07-01		88.8953710595...		5.0	
1991-08-01		87.1713371824...		0.0	
1991-09-01		83.1479208996...		14.0	
1991-10-01		85.8395863928...		5.0	
1991-11-01		83.4104488120...		12.0	
1991-12-01		78.7060693234...		4.0	
1992-01-01		30.3485686696...		2.0	
1992-02-01		34.0		0.0	
1992-03-01		23.9926773823...		13.0	
1992-04-01		27.0124524733...		5.0	
1992-05-01		27.3862479631...		32.0	
1992-06-01		26.8127300891...		14.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1992-07-01		30.2244261602...		0.0	
1992-08-01		29.6382546420...		0.0	
1992-09-01		28.2702931058...		13.0	
1992-10-01		29.1854593735...		5.0	
1992-11-01		28.3595525961...		11.0	
1992-12-01		26.7600635699...		7.0	
1993-01-01		41.0598282001...		6.0	
1993-02-01		46.0		0.0	
1993-03-01		32.4606811643...		4.0	
1993-04-01		36.5462592287...		0.0	
1993-05-01		37.0519825383...		10.0	
1993-06-01		36.2760465911...		9.0	
1993-07-01		40.8918706874...		0.0	
1993-08-01		40.0988151039...		0.0	
1993-09-01		38.2480436138...		17.0	
1993-10-01		39.4862097406...		0.0	
1993-11-01		38.3688064535...		0.0	
1993-12-01		36.2047918887...		0.0	
1994-01-01		27.6707537870...		4.0	
1994-02-01		31.0		11.0	
1994-03-01		21.8756764368...		8.0	
1994-04-01		24.6290007845...		0.0	
1994-05-01		24.9698143193...		9.0	
1994-06-01		24.4469009636...		12.0	
1994-07-01		27.5575650284...		0.0	
1994-08-01		27.0231145265...		11.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1994-09-01		25.7758554788...		0.0	
1994-10-01		26.6102717817...		14.0	
1994-11-01		25.8572391317...		0.0	
1994-12-01		24.3988814902...		3.0	
1995-01-01		26.7781488261...		6.0	
1995-02-01		30.0		5.0	
1995-03-01		21.1700094550...		7.0	
1995-04-01		23.8345168882...		4.0	
1995-05-01		24.1643364380...		21.0	
1995-06-01		23.6582912551...		4.0	
1995-07-01		26.66861131787		0.0	
1995-08-01		26.1514011547...		5.0	
1995-09-01		24.9443762698...		0.0	
1995-10-01		25.7518759178...		13.0	
1995-11-01		25.0231346436...		0.0	
1995-12-01		23.6118207970...		16.0	
1996-01-01		29.4559637087...		7.0	
1996-02-01		33.0		10.0	
1996-03-01		23.2870104005...		4.0	
1996-04-01		26.2179685771...		4.0	
1996-05-01		26.5807700818...		0.0	
1996-06-01		26.0241203806...		15.0	
1996-07-01		29.335472449657		8.0	
1996-08-01		28.7665412701...		13.0	
1996-09-01		27.4388138968...		15.0	
1996-10-01		28.3270635096...		0.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1996-11-01		27.5254481079...		9.0	
1996-12-01		25.9730028767...		12.0	
1997-01-01		21.4225190609...		3.0	
1997-02-01		24.0		14.0	
1997-03-01		16.9360075640...		7.0	
1997-04-01		19.0676135106...		11.0	
1997-05-01		19.3314691504...		8.0	
1997-06-01		18.9266330040...		7.0	
1997-07-01		21.334889054296		12.0	
1997-08-01		20.9211209237...		14.0	
1997-09-01		19.9555010159...		17.0	
1997-10-01		20.6015007342...		8.0	
1997-11-01		20.0185077149...		4.0	
1997-12-01		18.8894566376...		6.0	
1998-01-01		36.5968033957...		8.0	
1998-02-01		41.0		4.0	
1998-03-01		28.9323462552...		11.0	
1998-04-01		32.5738397473...		7.0	
1998-05-01		33.0245931320...		0.0	
1998-06-01		32.3329980486...		7.0	
1998-07-01		36.4471021344...		4.0	
1998-08-01		35.7402482447...		9.0	
1998-09-01		34.0906475688...		7.0	
1998-10-01		35.1942304210...		4.0	
1998-11-01		34.1982840129...		0.0	
1998-12-01		32.2694884226...		11.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
1999-01-01		37.4894083566...	45.3283582089...	3.0	40.6
1999-02-01		42.0	45.0430146692...	9.0	33.7474473962...
1999-03-01		29.6380132370...	44.8828565031...	3.0	29.2956896657...
1999-04-01		33.3683236436...	44.7620479432...	4.0	24.8334430321...
1999-05-01		33.8300710132...	44.7061669737...	11.0	20.5747979344...
1999-06-01		33.1216077571...	44.7332520380...	7.0	16.5763197672...
1999-07-01		37.336055845018	44.8631650086...	4.0	12.9002918794...
1999-08-01		36.6119616166...	45.1191400017...	4.0	9.55263120087...
1999-09-01		34.9221267778...	45.5118699174...	0.0	6.70075115731...
1999-10-01		36.0526262849...	46.0645888717...	11.0	4.35056867848...
1999-11-01		35.0323885010...	46.7943020314...	0.0	2.55540898463...
1999-12-01		33.0565491158...	47.7219045457...	16.0	1.38079559900...
2000-01-01		24.9929389044...	48.2835820895...	7.0	1.0
2000-02-01		28.0	50.2174061333...	7.0	1.08426693668...
2000-03-01		19.7586754913...	51.7425648876...	9.0	1.84322977145...
2000-04-01		22.2455490957...	53.4658599832...	7.0	3.22864395479...
2000-05-01		22.5533806755...	55.3455199891...	7.0	5.15505923509...
2000-06-01		22.0810718380...	57.3597094235...	3.0	7.56794155314...
2000-07-01		24.8907038966...	59.4895494954...	7.0	10.4234484329...
2000-08-01		24.4079744110...	61.7509910705...	8.0	13.7252431784...
2000-09-01		23.2814178518...	64.0507272843...	3.0	17.3176280141...
2000-10-01		24.0350841899...	66.4047090026...	7.0	21.2042662438...
2000-11-01		23.3549256673...	68.792210737155	4.0	25.3333058485...
2000-12-01		22.0376994105...	71.1932437032...	10.0	29.6582223121...
2001-01-01		45.5228530044...	73.6265304634...	8.0	34.2027225758...
2001-02-01		51.0	75.9165151907...	8.0	38.6199626650...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2001-03-01		35.9890160735...	78.1618337968...	15.0	43.0836779533...
2001-04-01		40.5186787100...	80.4182273092...	0.0	47.6994181258...
2001-05-01		41.0793719447...	82.5873675417...	7.0	52.2675129145...
2001-06-01		40.219095133678	84.6500670361...	3.0	56.7398265914...
2001-07-01		45.3366392403...	86.5847989775...	0.0	61.0661183492...
2001-08-01		44.4573819630...	88.4003219972...	8.0	65.2645127770...
2001-09-01		42.4054396588...	90.01771369997	6.0	69.1503895288...
2001-10-01		43.7781890603...	91.4457327168...	13.0	72.7418731939...
2001-11-01		42.5393288941...	92.6663015834...	4.0	75.9935100844...
2001-12-01		40.1400953549...	93.6567834913...	7.0	78.8523773529...
2002-01-01		24.9929389044...	94.0895522388...	9.0	80.2
2002-02-01		28.0	94.8910227595...	23.0	83.2231307123...
2002-03-01		19.7586754913...	95.1518393549...	9.0	84.7260007934...
2002-04-01		22.2455490957...	95.2155894811...	6.0	85.8852141876...
2002-05-01		22.5533806755...	95.0859307170...	3.0	86.6606292551...
2002-06-01		22.0810718380...	94.7845140332...	3.0	87.0806573655...
2002-07-01		24.8907038966...	94.3292155010...	7.0	87.1658991864...
2002-08-01		24.4079744110...	93.7303007214...	11.0	86.9373757434...
2002-09-01		23.2814178518...	93.0268530471...	18.0	86.4269647791...
2002-10-01		24.0350841899...	92.2291380790...	0.0	85.6556873192...
2002-11-01		23.3549256673...	91.3577291619...	7.0	84.6506185179...
2002-12-01		22.0376994105...	90.4315799929...	5.0	83.4336952581...
2003-01-01		21.4225190609...	89.4548625824...	8.0	82.0066068730...
2003-02-01		24.0	88.5108578755...	11.0	80.4943017521...
2003-03-01		16.9360075640...	87.5708520554...	5.0	78.8507244419...
2003-04-01		19.0676135106...	86.6218757662...	6.0	77.0405368473...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2003-05-01		19.3314691504...	85.7160048532...	6.0	75.139819673544
2003-06-01		18.9266330040...	84.8723194796...	8.0	73.1737965864...
2003-07-01		21.334889054296	84.1112665241...	6.0	71.1662559572...
2003-08-01		20.9211209237...	83.4419765031...	10.0	69.1087185871...
2003-09-01		19.9555010159...	82.9058029383...	9.0	67.0920626677...
2003-10-01		20.6015007342...	82.5118763464...	3.0	65.1078090002...
2003-11-01		20.0185077149...	82.2781992644...	3.0	63.1798450350...
2003-12-01		18.8894566376...	82.2262961971...	4.0	61.3332953590...
2004-01-01	61.5	25.8855438652...	82.2686567164...	7.0	60.4
2004-02-01	75.25	29.0	82.7176282284...	9.0	57.9618399978...
2004-03-01	94.5	20.4643424731...	83.2353023262...	2.0	56.4685614644...
2004-04-01	94.5	23.0400329920...	83.9197954845...	0.0	55.0538852593...
2004-05-01	76.625	23.3588585568...	84.7458155903...	5.0	53.7397789230...
2004-06-01	42.25	22.8696815466...	85.6916991195...	4.0	52.5199431532...
2004-07-01	46.375	25.7796576072...	86.7384169088...	0.0	51.3901505283...
2004-08-01	50.5	25.2796877828...	87.8839318891...	14.0	50.3279624785...
2004-09-01	75.25	24.1128970608...	89.0709456206...	8.0	49.3623797727...
2004-10-01	95.875	24.8934800539...	90.2974210343...	8.0	48.4709638412...
2004-11-01	100.0	24.1890301555...	91.5428040111...	8.0	47.6477023719...
2004-12-01	60.125	22.8247601038...	92.7869559825...	4.0	46.8880809530...
2005-01-01	51.875	23.2077289826...	94.0294033045...	8.0	46.1752965578...
2005-02-01	75.25	26.0	95.1722223640...	3.0	45.5472976761...
2005-03-01	68.375	18.3473415276...	96.2564379378...	9.0	44.9646554379...
2005-04-01	79.375	20.6565813031...	97.2981295543...	7.0	44.4036274662...
2005-05-01	61.5	20.9424249129...	98.2378590865...	0.0	43.8801815891...
2005-06-01	45.0	20.5038524210...	99.0566096302...	9.0	43.3887031538...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2005-07-01	27.125	23.1127964754...	99.7322348035...	18.0	42.9242800891...
2005-08-01	34.0	22.6645476674...	100.0	8.0	42.4743489366...
2005-09-01	45.0	21.6184594339...	100.0	2.0	42.0481602425...
2005-10-01	82.125	22.3182924621...	100.0	2.0	41.6331505484...
2005-11-01	62.875	21.6867166911...	100.0	10.0	41.2239921920...
2005-12-01	35.375	20.4635780241...	100.0	0.0	40.8154861116...
2006-01-01	28.5	24.9929389044...	100.0	11.0	40.6
2006-02-01	43.625	28.0	98.8198874214...	3.0	39.9925961883...
2006-03-01	61.5	19.7586754913...	97.7478782165...	4.0	39.5895123478...
2006-04-01	58.75	22.2455490957...	96.4158417395...	7.0	39.1780894459...
2006-05-01	32.625	22.5533806755...	94.8705014771...	2.0	38.7773559881...
2006-06-01	17.5	22.0810718380...	93.1322008455...	8.0	38.3924100638...
2006-07-01	17.5	24.8907038966...	91.2170423740...	9.0	38.0286967408...
2006-08-01	23.0	24.4079744110...	89.1094042406...	2.0	37.6860034970...
2006-09-01	38.125	23.2814178518...	86.8954977448...	6.0	37.3806565317...
2006-10-01	47.75	24.0350841899...	84.5597010649...	10.0	37.1124433228...
2006-11-01	53.25	23.3549256673...	82.1213639909...	6.0	36.8861745211...
2006-12-01	24.375	22.0376994105...	79.5975826783...	5.0	36.7075826330...
2007-01-01	18.875	25.8855438652...	76.9642564649...	8.0	36.5799234270...
2007-02-01	25.75	29.0	74.4118463959...	2.0	36.5134874539...
2007-03-01	39.5	20.4643424731...	71.8300344656...	9.0	36.5070446687...
2007-04-01	32.625	23.0400329920...	69.1479824634...	10.0	36.5667372299...
2007-05-01	27.125	23.3588585568...	66.4707048747...	8.0	36.7002053393...
2007-06-01	20.25	22.8696815466...	63.8161747007...	15.0	36.9118613677...
2007-07-01	14.75	25.7796576072...	61.2028648858...	4.0	37.2078361015...
2007-08-01	20.25	25.2796877828...	58.6072835564...	9.0	37.5997657752...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2007-09-01	27.125	24.1128970608...	56.1313821154...	11.0	38.0802790747...
2007-10-01	40.875	24.8934800539...	53.7516686891...	9.0	38.6610122346...
2007-11-01	49.125	24.1890301555...	51.4851226527...	2.0	39.3460901873...
2007-12-01	25.75	22.8247601038...	49.3512105767...	6.0	40.1419311575...
2008-01-01	20.25	32.1337785914...	48.2835820895...	8.0	40.6
2008-02-01	29.875	36.0	45.5342970819...	9.0	42.0714156269...
2008-03-01	31.25	25.4040113460...	43.8779920532...	3.0	43.1678110102...
2008-04-01	31.25	28.6014202659...	42.3309053918...	6.0	44.3605941284...
2008-05-01	24.375	28.9972037256...	40.9154207128...	6.0	45.6175700982...
2008-06-01	12.0	28.3899495061...	39.6218678358...	9.0	46.9224258634...
2008-07-01	10.625	32.002333581444	38.4432563997...	10.0	48.2599006707...
2008-08-01	12.0	31.3816813856...	37.3536129589...	8.0	49.6362778462...
2008-09-01	20.25	29.9332515238...	36.3797570310...	5.0	50.9913712215...
2008-10-01	29.875	30.9022511014...	35.4957151701...	9.0	52.3314641226...
2008-11-01	43.625	30.0277615723...	34.6922714122...	8.0	53.6411042903...
2008-12-01	17.5	28.3341849564...	33.9619811799...	13.0	54.9041701743...
2009-01-01	13.375	29.4559637087...	33.2855355076...	11.0	56.1244270310...
2009-02-01	27.125	33.0	32.6953385967...	4.0	57.2118189486...
2009-03-01	32.625	23.2870104005...	32.1508418198...	11.0	58.2105756910...
2009-04-01	27.125	26.2179685771...	31.6266853013...	11.0	59.1375453044...
2009-05-01	27.125	26.5807700818...	31.1344406403...	5.0	59.9397825151...
2009-06-01	9.25	26.0241203806...	30.6655212444...	11.0	60.6030278021...
2009-07-01	6.5	29.335472449657	30.2118531647...	15.0	61.1099668767...
2009-08-01	12.0	28.7665412701...	29.7577130082...	6.0	61.4501705901...
2009-09-01	25.75	27.4388138968...	29.3094201867...	11.0	61.5968777240...
2009-10-01	39.5	28.3270635096...	28.8512513073...	2.0	61.5396591294...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2009-11-01	49.125	27.5254481079...	28.3750739942...	11.0	61.2651160823...
2009-12-01	25.75	25.9730028767...	27.8723600818...	12.0	60.7550734971...
2010-01-01	18.875	28.5633587479...	27.5970149253...	9.0	60.4
2010-02-01	28.5	32.0	26.7717196326...	4.0	59.0140939673...
2010-03-01	46.375	22.5813434186...	26.1846695827...	11.0	57.8318416922...
2010-04-01	38.125	25.4234846808...	25.5478616912...	5.0	56.4131363801...
2010-05-01	28.5	25.7752922006...	24.8835610181...	15.0	54.8142155993...
2010-06-01	9.25	25.2355106721...	24.1954568346...	14.0	53.0599468076...
2010-07-01	9.25	28.4465187390...	23.4867152576...	7.0	51.1717832209...
2010-08-01	21.625	27.8948278983...	22.7488916972...	12.0	49.1403093063...
2010-09-01	27.125	26.6073346878...	22.0092146073...	19.0	47.0542168174...
2010-10-01	36.75	27.4686676456...	21.2592393978...	8.0	44.9040902214...
2010-11-01	43.625	26.6913436198...	20.5024684414...	10.0	42.7135341352...
2010-12-01	17.5	25.1859421835...	19.7422547536...	11.0	40.5052646155...
2011-01-01	20.25	32.1337785914...	18.9695918189...	14.0	38.2665231038...
2011-02-01	24.375	36.0	18.2375182270...	13.0	36.1629959625...
2011-03-01	39.5	25.4040113460...	17.5118637165...	9.0	34.1080913702...
2011-04-01	32.625	28.6014202659...	16.7714352465...	5.0	32.0552790133...
2011-05-01	25.75	28.9972037256...	16.0445339403...	7.0	30.0994158739...
2011-06-01	9.25	28.3899495061...	15.3344032001...	7.0	28.2623567501...
2011-07-01	9.25	32.002333581444	14.6446550117...	6.0	26.5685675172...
2011-08-01	13.375	31.3816813856...	13.9678286103...	13.0	25.016362790808
2011-09-01	27.125	29.9332515238...	13.3291847996...	6.0	23.6789740278...
2011-10-01	36.75	30.9022511014...	12.7212628147...	3.0	22.5547158437...
2011-11-01	38.125	30.0277615723...	12.1471191593...	7.0	21.6641801959...
2011-12-01	18.875	28.3341849564...	11.6105527177...	12.0	21.0330958006...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2012-01-01	14.75	29.4559637087...	11.3432835820...	10.0	20.8
2012-02-01	27.125	33.0	10.6594668987...	8.0	20.6110598430...
2012-03-01	31.25	23.2870104005...	10.2508923367...	5.0	20.8085412958...
2012-04-01	25.75	26.2179685771...	9.87231184495...	13.0	21.2592554596...
2012-05-01	28.5	26.5807700818...	9.52926991453...	12.0	21.9496806913...
2012-06-01	10.625	26.0241203806...	9.21930292647...	11.0	22.8614694364...
2012-07-01	6.5	29.335472449657	8.94067418362...	9.0	23.9811392724...
2012-08-01	10.625	28.7665412701...	8.68717765987...	13.0	25.3141448501...
2012-09-01	28.5	27.4388138968...	8.4648905043654	5.0	26.8015710009...
2012-10-01	40.875	28.3270635096...	8.26760669100...	6.0	28.4488723756...
2012-11-01	38.125	27.5254481079...	8.09297711407...	3.0	30.2385692005...
2012-12-01	17.5	25.9730028767...	7.93915056312...	4.0	32.1563112723...
2013-01-01	14.75	25.8855438652...	7.80179424114...	8.0	34.2193276088...
2013-02-01	25.75	29.0	7.68680974479...	0.0	36.2736816176...
2013-03-01	29.875	20.4643424731...	7.58557994676...	15.0	38.4042615495...
2013-04-01	29.875	23.0400329920...	7.49298321023...	10.0	40.6698550898...
2013-05-01	17.5	23.3588585568...	7.41079199578...	3.0	42.9847016388...
2013-06-01	9.25	22.8696815466...	7.33681586962...	7.0	45.3325238381...
2013-07-01	7.875	25.7796576072...	7.26904494939...	7.0	47.6977690689...
2013-08-01	9.25	25.2796877828...	7.20431787755...	7.0	50.1031889875...
2013-09-01	27.125	24.1128970608...	7.14262246611...	9.0	52.4552744144...
2013-10-01	31.25	24.8934800539...	7.08079735753...	14.0	54.7767770059...
2013-11-01	42.25	24.1890301555...	7.01676663129...	6.0	57.0522871845...
2013-12-01	14.75	22.8247601038...	6.94840589177...	8.0	59.2653845506...
2014-01-01	13.375	26.7781488261...	6.91044776119...	9.0	60.4
2014-02-01	29.875	30.0	6.79326768384...	14.0	63.4209888333...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2014-03-01	27.125	21.1700094550...	6.70723261820...	8.0	65.3275306753...
2014-04-01	23.0	23.8345168882...	6.61149010271...	6.0	67.2205504931...
2014-05-01	18.875	24.1643364380...	6.50893383491...	10.0	69.0351579971...
2014-06-01	10.625	23.6582912551...	6.39984520010...	8.0	70.7745913550...
2014-07-01	6.5	26.66861131787	6.28436201508...	8.0	72.4404365556...
2014-08-01	9.25	26.1514011547...	6.16070106754...	10.0	74.0612678891...
2014-09-01	27.125	24.9443762698...	6.03306102136...	12.0	75.5872125519...
2014-10-01	34.0	25.7518759178...	5.89965866422...	16.0	77.0468448343...
2014-11-01	34.0	25.0231346436...	5.76076395271...	9.0	78.4432713832...
2014-12-01	18.875	23.6118207970...	5.61652613236...	8.0	79.7782097081...
2015-01-01	13.375	24.1003339435...	5.46470784011...	12.0	81.0750077560...
2015-02-01	23.0	27.0	5.31557503340...	2.0	82.2554240147...
2015-03-01	27.125	19.0530085095...	5.16197836197...	4.0	83.3844703461...
2015-04-01	25.75	21.4510651994...	4.99881056354...	5.0	84.5015634497...
2015-05-01	18.875	21.7479027942...	4.83133735329...	5.0	85.5691100938...
2015-06-01	9.25	21.2924621295...	4.65981285196...	8.0	86.5900346869...
2015-07-01	3.75	24.001750186083	4.48440214090...	7.0	87.5662369769...
2015-08-01	6.5	23.5362610392...	4.30238070969...	7.0	88.5154588433...
2015-09-01	20.25	22.4499386429...	4.11982981845...	11.0	89.4094923042...
2015-10-01	24.375	23.1766883260...	3.93402495673...	4.0	90.2660792390...
2015-11-01	25.75	22.5208211792...	3.74520881658...	9.0	91.0880125352...
2015-12-01	16.125	21.2506387173...	3.55355790806...	10.0	91.8773234618...
2016-01-01	12.0	24.9929389044...	3.35609872474...	9.0	92.6488884650...
2016-02-01	23.0	28.0	3.16265905141...	8.0	93.3685189710...
2016-03-01	24.375	19.7586754913...	2.96707316105...	5.0	94.0634509210...
2016-04-01	25.75	22.2455490957...	2.76627286024...	5.0	94.7474711081...

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2016-05-01	21.625	22.5533806755...	2.56368236026...	2.0	95.4108897746...
2016-06-01	7.875	22.0810718380...	2.35952844258...	7.0	96.0563167100...
2016-07-01	1.0	24.8907038966...	2.15400352783...	7.0	96.6859662811...
2016-08-01	6.5	24.4079744110...	1.94393066311...	7.0	97.3123736826...
2016-09-01	24.375	23.2814178518...	1.73629599348...	12.0	97.9177443023...
2016-10-01	32.625	24.0350841899...	1.52792256605...	8.0	98.5146133348...
2016-11-01	31.25	23.3549256673...	1.31902573355...	8.0	99.1054590487...
2016-12-01	17.5	22.0376994105...	1.10980934535...	8.0	99.6926273317...
2017-01-01	10.625	24.9929389044...	1.0	11.0	100.0
2017-02-01	23.0	28.0		4.0	
2017-03-01	28.5	19.7586754913...		8.0	
2017-04-01	21.625	22.2455490957...		3.0	
2017-05-01	21.625	22.5533806755...		11.0	
2017-06-01	6.5	22.0810718380...		5.0	
2017-07-01	5.125	24.8907038966...		7.0	
2017-08-01	9.25	24.4079744110...		8.0	
2017-09-01	23.0	23.2814178518...		7.0	
2017-10-01	32.625	24.0350841899...		7.0	
2017-11-01	34.0	23.3549256673...		7.0	
2017-12-01	23.0	22.0376994105...		8.0	
2018-01-01	17.5	24.1003339435...		11.0	
2018-02-01	28.5	27.0		5.0	
2018-03-01	28.5	19.0530085095...		4.0	
2018-04-01	24.375	21.4510651994...		5.0	
2018-05-01	21.625	21.7479027942...		8.0	
2018-06-01	10.625	21.2924621295...		8.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2018-07-01	9.25	24.001750186083		9.0	
2018-08-01	7.875	23.5362610392...		9.0	
2018-09-01	21.625	22.4499386429...		9.0	
2018-10-01	49.125	23.1766883260...		9.0	
2018-11-01	42.25	22.5208211792...		6.0	
2018-12-01	29.875	21.2506387173...		13.0	
2019-01-01	25.75	23.2077289826...		9.0	
2019-02-01	40.875	26.0		11.0	
2019-03-01	34.0	18.3473415276...		8.0	
2019-04-01	24.375	20.6565813031...		11.0	
2019-05-01	21.625	20.9424249129...		7.0	
2019-06-01	10.625	20.5038524210...		8.0	
2019-07-01	9.25	23.1127964754...		10.0	
2019-08-01	7.875	22.6645476674...		6.0	
2019-09-01	27.125	21.6184594339...		6.0	
2019-10-01	29.875	22.3182924621...		10.0	
2019-11-01	40.875	21.6867166911...		6.0	
2019-12-01	18.875	20.4635780241...		6.0	
2020-01-01	14.75	18.7447041783...		7.0	
2020-02-01	28.5	21.0		5.0	
2020-03-01	24.375	14.8190066185...		7.0	
2020-04-01	16.125	16.6841618218...		7.0	
2020-05-01	14.75	16.9150355066...		11.0	
2020-06-01	13.375	16.5608038785...		11.0	
2020-07-01	6.5	18.668027922509		6.0	
2020-08-01	9.25	18.3059808083...		3.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2020-09-01	43.625	17.4610633889...		5.0	
2020-10-01	42.25	18.0263131424...		9.0	
2020-11-01	34.0	17.5161942505...		10.0	
2020-12-01	21.625	16.5282745579...		8.0	
2021-01-01	13.375	22.3151240218...		12.0	
2021-02-01	25.75	25.0		5.0	
2021-03-01	35.375	17.6416745458...		11.0	
2021-04-01	21.625	19.8620974069...		9.0	
2021-05-01	25.75	20.1369470317...		8.0	
2021-06-01	23.0	19.7152427125...		6.0	
2021-07-01	9.25	22.2238427648...		7.0	
2021-08-01	9.25	21.7928342956...		11.0	
2021-09-01	28.5	20.7869802249...		7.0	
2021-10-01	36.75	21.4598965982...		8.0	
2021-11-01	29.875	20.8526122030...		8.0	
2021-12-01	21.625	19.6765173308...		15.0	
2022-01-01	25.75	21.4225190609...		14.0	
2022-02-01	57.375	24.0		8.0	
2022-03-01	61.5	16.9360075640...		9.0	
2022-04-01	54.625	19.0676135106...		11.0	
2022-05-01	50.5	19.3314691504...		10.0	
2022-06-01	31.25	18.9266330040...		10.0	
2022-07-01	14.75	21.334889054296		9.0	
2022-08-01	10.625	20.9211209237...		9.0	
2022-09-01	45.0	19.9555010159...		12.0	
2022-10-01	50.5	20.6015007342...		12.0	

	Google Trends	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	Crossref.org	Bain - Satisfacción
2022-11-01	56.0	20.0185077149...		9.0	
2022-12-01	34.0	18.8894566376...		12.0	
2023-01-01	31.25			14.0	
2023-02-01	39.5			4.0	
2023-03-01	46.375			3.0	
2023-04-01	34.0			10.0	
2023-05-01	36.75			10.0	
2023-06-01	20.25			8.0	
2023-07-01	9.25			10.0	
2023-08-01	6.5			7.0	
2023-09-01	31.25			8.0	
2023-10-01	43.625			11.0	
2023-11-01	36.75			10.0	
2023-12-01	24.375			15.0	

Medias y Tendencias

Fuente de Datos	Overall Avg	20 Year Avg	15 Year Avg	10 Year Avg	5 Year Avg	1 Year Avg	Trend NADT	Trend MAST
Google Trends	29.1015625	29.1015625	24.29097...	24.30625	28.20208...	29.98958...	0.503896...	0.006765...
Google Books Ngrams	19.54298...	24.13169...	23.88905...	21.97979...	20.11710...	nan	0.119510...	0.002711...
Bain - Usabilidad	46.77952...	36.52772...	12.26415...	4.276330...	nan	nan	0.430832...	-0.00561...
Crossref.org	5.626126...	8.058333...	8.494444...	8.325	8.816666...	9.166666...	0.307259...	0.000992...
Bain - Satisfacción	51.78089...	52.95811...	58.56764...	85.16644...	nan	nan	0.403062...	0.032932...

Correlación y Regresión

Correlación

Keyword	Source_A	Source_B	Correlation_R
Segmentación de Clientes	Google Trends	Google Books Ngrams	-0.13938637601797857
Segmentación de Clientes	Google Trends	Bain - Usabilidad	0.6410593951342092
Segmentación de Clientes	Google Trends	Crossref.org	-0.19616737381253765
Segmentación de Clientes	Google Trends	Bain - Satisfacción	-0.19196639617677919
Segmentación de Clientes	Google Books Ngrams	Google Trends	-0.13938637601797857
Segmentación de Clientes	Google Books Ngrams	Bain - Usabilidad	-0.021711755467202425
Segmentación de Clientes	Google Books Ngrams	Crossref.org	0.2803670824818568
Segmentación de Clientes	Google Books Ngrams	Bain - Satisfacción	-0.24650835705155563
Segmentación de Clientes	Bain - Usabilidad	Google Trends	0.6410593951342092
Segmentación de Clientes	Bain - Usabilidad	Google Books Ngrams	-0.02171175546720243
Segmentación de Clientes	Bain - Usabilidad	Crossref.org	-0.18522705116610635
Segmentación de Clientes	Bain - Usabilidad	Bain - Satisfacción	-0.09751047000115952
Segmentación de Clientes	Crossref.org	Google Trends	-0.19616737381253765
Segmentación de Clientes	Crossref.org	Google Books Ngrams	0.2803670824818568

Keyword	Source_A	Source_B	Correlation_R
Segmentación de Clientes	Crossref.org	Bain - Usabilidad	-0.18522705116610635
Segmentación de Clientes	Crossref.org	Bain - Satisfacción	0.06202237171653211
Segmentación de Clientes	Bain - Satisfacción	Google Trends	-0.1919663961767792
Segmentación de Clientes	Bain - Satisfacción	Google Books Ngrams	-0.24650835705155563
Segmentación de Clientes	Bain - Satisfacción	Bain - Usabilidad	-0.09751047000115952
Segmentación de Clientes	Bain - Satisfacción	Crossref.org	0.06202237171653212

Regresión

Keyword	Source_A	Source_B	Regression_Type	Degree	R_Squared	Coefficients	Equation
Segmentac...	Google Tre...	Google Bo...	Linear	1	0.0194285...	"[-0.02889...	24.971104...
Segmentac...	Google Tre...	Google Bo...	Quadratic	2	0.0199321...	"[0.000162...	-0.042536...
Segmentac...	Google Tre...	Google Bo...	Cubic	3	0.0246112...	"[1.977716...	-0.002577...
Segmentac...	Google Tre...	Google Bo...	Polynomia...	4	0.0246579...	"[8.489100...	3.5654925...
Segmentac...	Google Tre...	Bain - Usa...	Linear	1	0.4109571...	"[1.122174...	2.4130817...
Segmentac...	Google Tre...	Bain - Usa...	Quadratic	2	0.4129966...	"[-0.00278...	1.3699140...
Segmentac...	Google Tre...	Bain - Usa...	Cubic	3	0.4398298...	"[-0.00040...	0.0543149...
Segmentac...	Google Tre...	Bain - Usa...	Polynomia...	4	0.4414921...	"[-4.21853...	0.0004120...
Segmentac...	Google Tre...	Crossref.org	Linear	1	0.0384816...	"[-0.03748...	9.1492999...
Segmentac...	Google Tre...	Crossref.org	Quadratic	2	0.0431152...	"[-0.00045...	1.7613398...
Segmentac...	Google Tre...	Crossref.org	Cubic	3	0.0443321...	"[9.305713...	-0.001736...
Segmentac...	Google Tre...	Crossref.org	Polynomia...	4	0.0445048...	"[-1.49601...	3.7822944...
Segmentac...	Google Tre...	Bain - Sati...	Linear	1	0.0368510...	"[-0.20554...	59.206820...
Segmentac...	Google Tre...	Bain - Sati...	Quadratic	2	0.0667428...	"[0.006530...	-0.785686...
Segmentac...	Google Tre...	Bain - Sati...	Cubic	3	0.0676981...	"[-4.68563...	0.0131216...
Segmentac...	Google Tre...	Bain - Sati...	Polynomia...	4	0.0680992...	"[1.267514...	-0.000292...
Segmentac...	Google Bo...	Google Tre...	Linear	1	0.0194285...	"[-0.67249...	45.283184...

Keyword	Source_A	Source_B	Regression_Type	Degree	R_Squared	Coefficients	Equation
Segmentacion...	Google Bo...	Google Tre...	Quadratic	2	0.0199870...	"[-0.02151...	0.3985612...
Segmentacion...	Google Bo...	Google Tre...	Cubic	3	0.0244197...	"[0.010070...	-0.783844...
Segmentacion...	Google Bo...	Google Tre...	Polynomial...	4	0.0246781...	"[-0.00042...	0.0531918...
Segmentacion...	Google Bo...	Bain - Usa...	Linear	1	0.0004714...	"[-0.13353...	50.316765...
Segmentacion...	Google Bo...	Bain - Usa...	Quadratic	2	0.1599894...	"[0.283657...	-17.67618...
Segmentacion...	Google Bo...	Bain - Usa...	Cubic	3	0.1832491...	"[-0.01207...	1.4469377...
Segmentacion...	Google Bo...	Bain - Usa...	Polynomial...	4	0.1954176...	"[-0.00089...	0.1065680...
Segmentacion...	Google Bo...	Crossref.org	Linear	1	0.0786057...	"[0.148194...	2.6814565...
Segmentacion...	Google Bo...	Crossref.org	Quadratic	2	0.1400854...	"[-0.00400...	0.3632913...
Segmentacion...	Google Bo...	Crossref.org	Cubic	3	0.1597885...	"[0.000123...	-0.018192...
Segmentacion...	Google Bo...	Crossref.org	Polynomial...	4	0.1638121...	"[-1.93855...	0.0004337...
Segmentacion...	Google Bo...	Bain - Sati...	Linear	1	0.0607663...	"[-1.05156...	79.636794...
Segmentacion...	Google Bo...	Bain - Sati...	Quadratic	2	0.1109514...	"[0.110355...	-7.876427...
Segmentacion...	Google Bo...	Bain - Sati...	Cubic	3	0.1124385...	"[0.002118...	-0.093666...
Segmentacion...	Google Bo...	Bain - Sati...	Polynomial...	4	0.1427690...	"[-0.00098...	0.1320426...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Google Tre...	Linear	1	0.4109571...	"[0.366214...	17.023477...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Google Tre...	Quadratic	2	0.4246929...	"[0.003001...	0.0708600...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Google Tre...	Cubic	3	0.4254534...	"[-2.90193...	0.0071873...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Google Tre...	Polynomial...	4	0.4640701...	"[-8.22993...	0.0016347...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Google Bo...	Linear	1	0.0004714...	"[-0.00353...	26.655043...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Google Bo...	Quadratic	2	0.1135326...	"[-0.00241...	0.2357916...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Google Bo...	Cubic	3	0.1197683...	"[2.432621...	-0.006007...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Google Bo...	Polynomial...	4	0.1339204...	"[-1.37834...	0.0003061...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Crossref.org	Linear	1	0.0343090...	"[-0.02075...	8.5470300...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Crossref.org	Quadratic	2	0.0344924...	"[-6.69946...	-0.0141145...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Crossref.org	Cubic	3	0.0529534...	"[2.884707...	-0.004328...

Keyword	Source_A	Source_B	Regression_Type	Degree	R_Squared	Coefficients	Equation
Segmentacion...	Bain - Usa...	Crossref.org	Polynomial	4	0.0605898...	"[-6.97813...	0.0001715...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Bain - Sati...	Linear	1	0.0095082...	"[-0.06763...	54.944801...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Bain - Sati...	Quadratic	2	0.3034091...	"[0.016601...	-1.713639...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Bain - Sati...	Cubic	3	0.3450041...	"[-0.00026...	0.0561982...
Segmentacion...	Bain - Usa...	Bain - Sati...	Polynomial	4	0.3450804...	"[4.316683...	-0.000356...
Segmentacion...	Crossref.org	Google Tre...	Linear	1	0.0384816...	"[-1.02649...	37.373430...
Segmentacion...	Crossref.org	Google Tre...	Quadratic	2	0.0615294...	"[0.158389...	-3.629982...
Segmentacion...	Crossref.org	Google Tre...	Cubic	3	0.0735074...	"[-0.02127...	0.7096110...
Segmentacion...	Crossref.org	Google Tre...	Polynomial	4	0.0768756...	"[0.002069...	-0.095427...
Segmentacion...	Crossref.org	Google Bo...	Linear	1	0.0786057...	"[0.530421...	16.584491...
Segmentacion...	Crossref.org	Google Bo...	Quadratic	2	0.1207830...	"[-0.01144...	0.9662938...
Segmentacion...	Crossref.org	Google Bo...	Cubic	3	0.2124916...	"[0.000717...	-0.092129...
Segmentacion...	Crossref.org	Google Bo...	Polynomial	4	0.2491171...	"[-3.68021...	0.0060229...
Segmentacion...	Crossref.org	Bain - Usa...	Linear	1	0.0343090...	"[-1.65290...	59.302014...
Segmentacion...	Crossref.org	Bain - Usa...	Quadratic	2	0.0709620...	"[0.274297...	-6.293650...
Segmentacion...	Crossref.org	Bain - Usa...	Cubic	3	0.0746240...	"[0.012695...	-0.095190...
Segmentacion...	Crossref.org	Bain - Usa...	Polynomial	4	0.0767336...	"[0.001510...	-0.050086...
Segmentacion...	Crossref.org	Bain - Sati...	Linear	1	0.0038467...	"[0.383891...	48.872518...
Segmentacion...	Crossref.org	Bain - Sati...	Quadratic	2	0.0043901...	"[-0.02316...	0.7758098...
Segmentacion...	Crossref.org	Bain - Sati...	Cubic	3	0.0163090...	"[0.015886...	-0.485516...
Segmentacion...	Crossref.org	Bain - Sati...	Polynomial	4	0.0185219...	"[0.001073...	-0.028713...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Google Tre...	Linear	1	0.0368510...	"[-0.17928...	39.894997...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Google Tre...	Quadratic	2	0.1148144...	"[-0.01158...	1.2211047...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Google Tre...	Cubic	3	0.1445878...	"[0.000363...	-0.075302...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Google Tre...	Polynomial	4	0.1537697...	"[9.648560...	-0.001902...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Google Bo...	Linear	1	0.0607663...	"[-0.05778...	29.482137...

Keyword	Source_A	Source_B	Regression_Type	Degree	R_Squared	Coefficients	Equation
Segmentacion...	Bain - Sati...	Google Bo...	Quadratic	2	0.0644172...	"[-0.00050...	-0.004384...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Google Bo...	Cubic	3	0.0667617...	"[-1.57673...	0.0018670...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Google Bo...	Polynomial	4	0.0672605...	"[-2.82603...	4.1322801...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Bain - Usa...	Linear	1	0.0095082...	"[-0.14058...	54.059077...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Bain - Usa...	Quadratic	2	0.0668002...	"[-0.01226...	1.1604493...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Bain - Usa...	Cubic	3	0.1027947...	"[-0.00037...	0.0448591...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Bain - Usa...	Polynomial	4	0.1028006...	"[-1.89338...	-0.000341...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Crossref.org	Linear	1	0.0038467...	"[0.010020...	7.0571680...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Crossref.org	Quadratic	2	0.0046408...	"[-0.00016...	0.0271851...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Crossref.org	Cubic	3	0.0054107...	"[-6.22707...	0.0007743...
Segmentacion...	Bain - Sati...	Crossref.org	Polynomial	4	0.0055100...	"[8.690520...	-2.378325...

PCA

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1950-01-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-02-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-03-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-04-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-05-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-06-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-07-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-08-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-09-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-10-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-11-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1950-12-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1951-01-01	0.27807373573...	-1.4527687854...	-0.1274877044...	-0.4082203057...	-0.0389964787...
1951-02-01	0.27728397875...	-1.4473366092...	-0.1275680263...	-0.4028210368...	-0.0386346050...
1951-03-01	0.27944843214...	-1.4622243437...	-0.1273478917...	-0.4176185836...	-0.0396263767...
1951-04-01	0.27879529416...	-1.4577318724...	-0.1274143187...	-0.4131533270...	-0.0393271031...
1951-05-01	0.27871444707...	-1.4571757828...	-0.1274225412...	-0.4126006061...	-0.0392900583...
1951-06-01	0.27883849151...	-1.4580289962...	-0.1274099254...	-0.4134486509...	-0.0393468965...
1951-07-01	0.27810058614...	-1.4529534703...	-0.1274849736...	-0.4084038718...	-0.0390087818...
1951-08-01	0.27822736740...	-1.4538255083...	-0.1274720794...	-0.4092706271...	-0.0390668740...
1951-09-01	0.27852323964...	-1.4558606029...	-0.1274419879...	-0.41129339344...	-0.0392024453...
1951-10-01	0.27832530111...	-1.4544991246...	-0.12746211916...	-0.4099401628...	-0.03911174818...
1951-11-01	0.27850393397...	-1.4557278130...	-0.1274439514...	-0.41116140794...	-0.0391935993...
1951-12-01	0.27884988259...	-1.4581073473...	-0.1274087668...	-0.4135265274...	-0.03935211605...
1952-01-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-02-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-03-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-04-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-05-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-06-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-07-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-08-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-09-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-10-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-11-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1952-12-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-01-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-02-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-03-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1953-04-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-05-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-06-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-07-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-08-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-09-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-10-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-11-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1953-12-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1954-01-01	0.27150973609...	-1.4076197030...	-0.1281552925...	-0.3633447301...	-0.03598879611...
1954-02-01	0.26993022213...	-1.3967553505...	-0.1283159361...	-0.3525461923...	-0.0352650488...
1954-03-01	0.27425912889...	-1.4265308196...	-0.1278756670...	-0.3821412858...	-0.0372485921...
1954-04-01	0.27295285295...	-1.4175458769...	-0.12800852113...	-0.3732107726...	-0.0366500450...
1954-05-01	0.27279115877...	-1.4164336977...	-0.1280249661...	-0.3721053308...	-0.0365759553...
1954-06-01	0.27303924764...	-1.4181401246...	-0.1279997344...	-0.3738014204...	-0.0366896318...
1954-07-01	0.27156343690...	-1.4079890727...	-0.1281498309...	-0.36371186221...	-0.0360134023...
1954-08-01	0.27181699941...	-1.4097331488...	-0.1281240425...	-0.3654453729...	-0.0361295868...
1954-09-01	0.27240874390...	-1.4138033380...	-0.1280638594...	-0.3694909054...	-0.0364007294...
1954-10-01	0.27201286684...	-1.41108038144...	-0.1281041219...	-0.3667844441...	-0.0362193350...
1954-11-01	0.27237013257...	-1.4135377581...	-0.1280677863...	-0.3692269344...	-0.0363830373...
1954-12-01	0.27306202981...	-1.4182968268...	-0.1279974173...	-0.3739571734...	-0.0367000708...
1955-01-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1955-02-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1955-03-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1955-04-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1955-05-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1955-06-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1955-07-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1955-08-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1955-09-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1955-10-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1955-11-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1955-12-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-01-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-02-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-03-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-04-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-05-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-06-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-07-01	-0.3916591524...	0.94675673755...	0.55193922824...	-2.9938251512...	-0.1564469448...
1956-08-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-09-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-10-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-11-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1956-12-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-01-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-02-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-03-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-04-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-05-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-06-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-07-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-08-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-09-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1957-10-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-11-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1957-12-01	0.28463773538...	-1.4979178678...	-0.12682011641...	-0.4530958814...	-0.0420041613...
1958-01-01	0.27807373573...	-1.4527687854...	-0.1274877044...	-0.4082203057...	-0.0389964787...
1958-02-01	0.27728397875...	-1.4473366092...	-0.1275680263...	-0.4028210368...	-0.0386346050...
1958-03-01	0.27944843214...	-1.4622243437...	-0.1273478917...	-0.4176185836...	-0.0396263767...
1958-04-01	0.27879529416...	-1.4577318724...	-0.1274143187...	-0.4131533270...	-0.0393271031...
1958-05-01	0.27871444707...	-1.4571757828...	-0.1274225412...	-0.4126006061...	-0.0392900583...
1958-06-01	0.27883849151...	-1.4580289962...	-0.1274099254...	-0.4134486509...	-0.0393468965...
1958-07-01	0.27810058614...	-1.4529534703...	-0.1274849736...	-0.4084038718...	-0.0390087818...
1958-08-01	0.27822736740...	-1.4538255083...	-0.1274720794...	-0.4092706271...	-0.0390668740...
1958-09-01	0.27852323964...	-1.4558606029...	-0.1274419879...	-0.41129339344...	-0.0392024453...
1958-10-01	0.27832530111...	-1.4544991246...	-0.12746211916...	-0.4099401628...	-0.03911174818...
1958-11-01	0.27850393397...	-1.4557278130...	-0.1274439514...	-0.41116140794...	-0.0391935993...
1958-12-01	0.27884988259...	-1.4581073473...	-0.1274087668...	-0.4135265274...	-0.03935211605...
1959-01-01	0.27807373573...	-1.4527687854...	-0.1274877044...	-0.4082203057...	-0.0389964787...
1959-02-01	0.27728397875...	-1.4473366092...	-0.1275680263...	-0.4028210368...	-0.0386346050...
1959-03-01	0.27944843214...	-1.4622243437...	-0.1273478917...	-0.4176185836...	-0.0396263767...
1959-04-01	0.27879529416...	-1.4577318724...	-0.1274143187...	-0.4131533270...	-0.0393271031...
1959-05-01	0.27871444707...	-1.4571757828...	-0.1274225412...	-0.4126006061...	-0.0392900583...
1959-06-01	0.27883849151...	-1.4580289962...	-0.1274099254...	-0.4134486509...	-0.0393468965...
1959-07-01	0.27810058614...	-1.4529534703...	-0.1274849736...	-0.4084038718...	-0.0390087818...
1959-08-01	0.27822736740...	-1.4538255083...	-0.1274720794...	-0.4092706271...	-0.0390668740...
1959-09-01	0.27852323964...	-1.4558606029...	-0.1274419879...	-0.41129339344...	-0.0392024453...
1959-10-01	0.27832530111...	-1.4544991246...	-0.12746211916...	-0.4099401628...	-0.03911174818...
1959-11-01	0.27850393397...	-1.4557278130...	-0.1274439514...	-0.41116140794...	-0.0391935993...
1959-12-01	0.27884988259...	-1.4581073473...	-0.1274087668...	-0.4135265274...	-0.03935211605...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1960-01-01	0.27807373573...	-1.4527687854...	-0.1274877044...	-0.4082203057...	-0.0389964787...
1960-02-01	0.27728397875...	-1.4473366092...	-0.1275680263...	-0.4028210368...	-0.0386346050...
1960-03-01	0.27944843214...	-1.4622243437...	-0.1273478917...	-0.4176185836...	-0.0396263767...
1960-04-01	0.27879529416...	-1.4577318724...	-0.1274143187...	-0.4131533270...	-0.0393271031...
1960-05-01	0.27871444707...	-1.4571757828...	-0.1274225412...	-0.4126006061...	-0.0392900583...
1960-06-01	0.27883849151...	-1.4580289962...	-0.1274099254...	-0.4134486509...	-0.0393468965...
1960-07-01	0.27810058614...	-1.4529534703...	-0.1274849736...	-0.4084038718...	-0.0390087818...
1960-08-01	0.27822736740...	-1.4538255083...	-0.1274720794...	-0.4092706271...	-0.0390668740...
1960-09-01	0.27852323964...	-1.4558606029...	-0.1274419879...	-0.41129339344...	-0.0392024453...
1960-10-01	0.27832530111...	-1.4544991246...	-0.12746211916...	-0.4099401628...	-0.03911174818...
1960-11-01	0.27850393397...	-1.4557278130...	-0.1274439514...	-0.41116140794...	-0.0391935993...
1960-12-01	0.27884988259...	-1.4581073473...	-0.1274087668...	-0.4135265274...	-0.03935211605...
1961-01-01	0.07112547302...	-0.6832716718...	0.07295858734...	-1.11615340269...	-0.0698977690...
1961-02-01	0.26993022213...	-1.3967553505...	-0.1283159361...	-0.3525461923...	-0.0352650488...
1961-03-01	0.27425912889...	-1.4265308196...	-0.1278756670...	-0.3821412858...	-0.0372485921...
1961-04-01	0.27295285295...	-1.4175458769...	-0.12800852113...	-0.3732107726...	-0.0366500450...
1961-05-01	0.27279115877...	-1.4164336977...	-0.1280249661...	-0.3721053308...	-0.0365759553...
1961-06-01	0.27303924764...	-1.4181401246...	-0.1279997344...	-0.3738014204...	-0.0366896318...
1961-07-01	0.27156343690...	-1.4079890727...	-0.1281498309...	-0.36371186221...	-0.0360134023...
1961-08-01	0.27181699941...	-1.4097331488...	-0.1281240425...	-0.3654453729...	-0.0361295868...
1961-09-01	0.27240874390...	-1.4138033380...	-0.1280638594...	-0.3694909054...	-0.0364007294...
1961-10-01	0.27201286684...	-1.41108038144...	-0.1281041219...	-0.3667844441...	-0.0362193350...
1961-11-01	0.27237013257...	-1.4135377581...	-0.1280677863...	-0.3692269344...	-0.0363830373...
1961-12-01	0.27306202981...	-1.4182968268...	-0.1279974173...	-0.3739571734...	-0.0367000708...
1962-01-01	0.27807373573...	-1.4527687854...	-0.1274877044...	-0.4082203057...	-0.0389964787...
1962-02-01	0.27728397875...	-1.4473366092...	-0.1275680263...	-0.4028210368...	-0.0386346050...
1962-03-01	0.27944843214...	-1.4622243437...	-0.1273478917...	-0.4176185836...	-0.0396263767...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1962-04-01	0.27879529416...	-1.4577318724...	-0.1274143187...	-0.4131533270...	-0.0393271031...
1962-05-01	0.27871444707...	-1.4571757828...	-0.1274225412...	-0.4126006061...	-0.0392900583...
1962-06-01	0.27883849151...	-1.4580289962...	-0.1274099254...	-0.4134486509...	-0.0393468965...
1962-07-01	0.27810058614...	-1.4529534703...	-0.1274849736...	-0.4084038718...	-0.0390087818...
1962-08-01	0.27822736740...	-1.4538255083...	-0.1274720794...	-0.4092706271...	-0.0390668740...
1962-09-01	0.27852323964...	-1.4558606029...	-0.1274419879...	-0.41129339344...	-0.0392024453...
1962-10-01	0.27832530111...	-1.4544991246...	-0.12746211916...	-0.4099401628...	-0.03911174818...
1962-11-01	0.27850393397...	-1.4557278130...	-0.1274439514...	-0.41116140794...	-0.0391935993...
1962-12-01	0.27884988259...	-1.4581073473...	-0.1274087668...	-0.4135265274...	-0.03935211605...
1963-01-01	0.27150973609...	-1.4076197030...	-0.1281552925...	-0.3633447301...	-0.03598879611...
1963-02-01	0.26993022213...	-1.3967553505...	-0.1283159361...	-0.3525461923...	-0.0352650488...
1963-03-01	0.27425912889...	-1.4265308196...	-0.1278756670...	-0.3821412858...	-0.0372485921...
1963-04-01	0.27295285295...	-1.4175458769...	-0.12800852113...	-0.3732107726...	-0.0366500450...
1963-05-01	0.27279115877...	-1.4164336977...	-0.1280249661...	-0.3721053308...	-0.0365759553...
1963-06-01	0.27303924764...	-1.4181401246...	-0.1279997344...	-0.3738014204...	-0.0366896318...
1963-07-01	0.27156343690...	-1.4079890727...	-0.1281498309...	-0.36371186221...	-0.0360134023...
1963-08-01	0.27181699941...	-1.4097331488...	-0.1281240425...	-0.3654453729...	-0.0361295868...
1963-09-01	0.27240874390...	-1.4138033380...	-0.1280638594...	-0.3694909054...	-0.0364007294...
1963-10-01	0.27201286684...	-1.41108038144...	-0.1281041219...	-0.3667844441...	-0.0362193350...
1963-11-01	0.27237013257...	-1.4135377581...	-0.1280677863...	-0.3692269344...	-0.0363830373...
1963-12-01	0.02258170097...	-0.5128617878...	0.12339493251...	-1.3149680141...	-0.07908628691...
1964-01-01	0.25181773716...	-1.2721724558...	-0.1301580567...	-0.2287180032...	-0.0269657483...
1964-02-01	0.24786895226...	-1.24501157462...	-0.1305596658...	-0.2017216587...	-0.0251563802...
1964-03-01	0.25869121917...	-1.3194502472...	-0.1294589929...	-0.2757093923...	-0.03011523846...
1964-04-01	0.25542552930...	-1.2969878906...	-0.12979112819...	-0.2533831095...	-0.0286188705...
1964-05-01	0.25502129385...	-1.2942074426...	-0.1298322407...	-0.2506195051...	-0.0284336462...
1964-06-01	0.25564151604...	-1.2984735096...	-0.1297691613...	-0.2548597289...	-0.0287178375...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1964-07-01	0.25195198919...	-1.2730958800...	-0.1301444027...	-0.2296358334...	-0.0270272637...
1964-08-01	0.25258589547...	-1.2774560702...	-0.1300799316...	-0.2339696101...	-0.0273177252...
1964-09-01	0.25406525667...	-1.2876315432...	-0.1299294739...	-0.2440834415...	-0.0279955816...
1964-10-01	0.25307556403...	-1.2808241517...	-0.1300301301...	-0.2373172883...	-0.0275420956...
1964-11-01	0.25396872835...	-1.2869675936...	-0.1299392913...	-0.2434235140...	-0.0279513514...
1964-12-01	0.25569847145...	-1.2988652653...	-0.1297633687...	-0.25524911145...	-0.0287439350...
1965-01-01	0.18980163780...	-1.0908401089...	-0.0534051756...	-0.6007724067...	-0.0456969783...
1965-02-01	0.26257646551...	-1.3461740919...	-0.1290638460...	-0.3022713478...	-0.0318954926...
1965-03-01	0.26906982565...	-1.3908372954...	-0.1284034423...	-0.3466639879...	-0.0348708076...
1965-04-01	0.26711041173...	-1.3773598815...	-0.1286027234...	-0.3332682183...	-0.0339729868...
1965-05-01	0.26686787046...	-1.3756916127...	-0.1286273910...	-0.3316100556...	-0.0338618522...
1965-06-01	0.26724000377...	-1.3782512529...	-0.1285895433...	-0.3341541899...	-0.0340323670...
1965-07-01	0.26502628766...	-1.3630246751...	-0.1288146882...	-0.3190198526...	-0.0330180227...
1965-08-01	0.26540663143...	-1.3656407892...	-0.1287760055...	-0.32162011867...	-0.0331922996...
1965-09-01	0.26629424815...	-1.3717460730...	-0.1286857309...	-0.3276884175...	-0.0335990134...
1965-10-01	0.26570043257...	-1.3676616382...	-0.1287461246...	-0.3236287255...	-0.0333269219...
1965-11-01	0.26623633116...	-1.3713477033...	-0.1286916213...	-0.3272924610...	-0.0335724754...
1965-12-01	0.26727417702...	-1.3784863063...	-0.1285860678...	-0.3343878194...	-0.0340480255...
1966-01-01	0.25181773716...	-1.2721724558...	-0.1301580567...	-0.2287180032...	-0.0269657483...
1966-02-01	0.24786895226...	-1.24501157462...	-0.1305596658...	-0.2017216587...	-0.0251563802...
1966-03-01	0.25869121917...	-1.3194502472...	-0.1294589929...	-0.2757093923...	-0.03011523846...
1966-04-01	0.25542552930...	-1.2969878906...	-0.12979112819...	-0.2533831095...	-0.0286188705...
1966-05-01	0.25502129385...	-1.2942074426...	-0.1298322407...	-0.2506195051...	-0.0284336462...
1966-06-01	0.25564151604...	-1.2984735096...	-0.1297691613...	-0.2548597289...	-0.0287178375...
1966-07-01	0.25195198919...	-1.2730958800...	-0.1301444027...	-0.2296358334...	-0.0270272637...
1966-08-01	0.25258589547...	-1.2774560702...	-0.1300799316...	-0.2339696101...	-0.0273177252...
1966-09-01	0.25406525667...	-1.2876315432...	-0.1299294739...	-0.2440834415...	-0.0279955816...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1966-10-01	0.25307556403...	-1.2808241517...	-0.1300301301...	-0.2373172883...	-0.0275420956...
1966-11-01	-0.5976643896...	1.79151153918...	0.72479469821...	-3.4428603724...	-0.1720644862...
1966-12-01	0.25569847145...	-1.2988652653...	-0.1297633687...	-0.25524911145...	-0.0287439350...
1967-01-01	0.23868973787...	-1.1818742910...	-0.1314932329...	-0.1389668519...	-0.02095038311...
1967-02-01	-0.6184716790...	1.93463007547...	0.72267850398...	-3.3006088280...	-0.1625304025...
1967-03-01	0.24831261268...	-1.2480631989...	-0.1305145435...	-0.2047547967...	-0.0253596693...
1967-04-01	0.24374064687...	-1.2166158997...	-0.13097953291...	-0.1734980008...	-0.0232647542...
1967-05-01	0.24317471724...	-1.2127232725...	-0.1310370904...	-0.1696289546...	-0.0230054402...
1967-06-01	0.24404302830...	-1.2186957663...	-0.1309487793...	-0.1755652679...	-0.0234033080...
1967-07-01	0.23887769071...	-1.1831670849...	-0.13147411726...	-0.1402518142...	-0.0210365047...
1967-08-01	0.23976515950...	-1.18927135116...	-0.1313838577...	-0.1463191016...	-0.0214431508...
1967-09-01	-0.1088361951...	0.06409204133...	0.22077607279...	-1.4778936426...	-0.0817328522...
1967-10-01	0.24045069548...	-1.1939866653...	-0.1313141356...	-0.15100585115...	-0.0217572694...
1967-11-01	-0.1590674005...	0.24610857860...	0.27104079846...	-1.6651719122...	-0.0901481733...
1967-12-01	0.24412276587...	-1.2192442243...	-0.1309406697...	-0.17611040346...	-0.0234398445...
1968-01-01	0.22556173858...	-1.0915761262...	-0.1328284090...	-0.0492157006...	-0.0149350179...
1968-02-01	0.21845392576...	-1.0426865400...	-0.1335513053...	-0.0006222805...	-0.01167815531...
1968-03-01	0.23793400620...	-1.1766761507...	-0.1315700941...	-0.13380020116...	-0.0206041001...
1968-04-01	0.23205576444...	-1.1362439088...	-0.1321679376...	-0.0936128920...	-0.0179106379...
1968-05-01	0.23132814063...	-1.1312391024...	-0.1322419402...	-0.0886384040...	-0.0175772342...
1968-06-01	0.23244454057...	-1.1389180231...	-0.1321283973...	-0.0962708069...	-0.0180887785...
1968-07-01	0.22580339224...	-1.0932382897...	-0.1328038317...	-0.0508677950...	-0.0150457457...
1968-08-01	-0.6246886944...	1.97739250068...	0.72204620575...	-3.2581054515...	-0.15968171114...
1968-09-01	0.22960727371...	-1.11940248346...	-0.1324169600...	-0.0768734897...	-0.0167887178...
1968-10-01	0.22782582694...	-1.1071491789...	-0.13259814115...	-0.0646944139...	-0.0159724431...
1968-11-01	-0.5470554966...	1.68864124690...	0.64688165329...	-2.9928192263...	-0.1481063735...
1968-12-01	0.23254706030...	-1.1396231833...	-0.13211797064...	-0.0969716954...	-0.0181357540...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1969-01-01	0.23212573823...	-1.1367252086...	-0.1321608209...	-0.0940912763...	-0.0179427005...
1969-02-01	-0.1749608437...	0.35542826382...	0.26942436433...	-1.5565144702...	-0.0828656573...
1969-03-01	0.24312330944...	-1.2123696748...	-0.1310423188...	-0.1692774989...	-0.0229818847...
1969-04-01	0.23789820566...	-1.1764299042...	-0.1315737352...	-0.1335554464...	-0.0205876960...
1969-05-01	0.23725142894...	-1.17198118747...	-0.1316395153...	-0.1291336793...	-0.0202913372...
1969-06-01	-0.0873806430...	-0.0017413439...	0.19527146647...	-1.3592321303...	-0.0758481242...
1969-07-01	0.23234054147...	-1.1382026873...	-0.1321389745...	-0.0955598046...	-0.01804112526...
1969-08-01	0.23335479152...	-1.1451789916...	-0.1320358207...	-0.1024938474...	-0.0185058635...
1969-09-01	0.23572176945...	-1.1614597484...	-0.1317950885...	-0.11867597768...	-0.0195904337...
1969-10-01	0.23413826121...	-1.1505679221...	-0.1319561384...	-0.1078501325...	-0.0188648563...
1969-11-01	-0.11510513622...	0.10721162565...	0.22013849349...	-1.4350352706...	-0.0788603681...
1969-12-01	0.23833491309...	-1.1794337038...	-0.1315293201...	-0.1365410494...	-0.0207877992...
1970-01-01	0.11224160776...	-0.6391039458...	-0.0336066452...	-0.3358688856...	-0.0258741391...
1970-02-01	0.20374641251...	-0.9415240226...	-0.1350471251...	0.09992740847...	-0.0049390428...
1970-03-01	0.22755539971...	-1.1052891024...	-0.1326256448...	-0.0628456055...	-0.0158485310...
1970-04-01	-0.4058299400...	1.20771567974...	0.49512453234...	-2.3662548850...	-0.11852206187...
1970-05-01	0.21948156402...	-1.0497549323...	-0.1334467899...	-0.0076478535...	-0.0121490282...
1970-06-01	0.22084605283...	-1.0591402798...	-0.1333080153...	-0.0169763459...	-0.0127742490...
1970-07-01	0.21272909376...	-1.0033094946...	-0.1341335463...	0.03851622417...	-0.0090549867...
1970-08-01	0.21412368757...	-1.0129019130...	-0.1339917099...	0.02898191530...	-0.0096940019...
1970-09-01	0.21737828223...	-1.0352879535...	-0.1336607030...	0.00673148621...	-0.01118528595...
1970-10-01	0.21520095840...	-1.02031169246...	-0.1338821466...	0.02161702328...	-0.0101876169...
1970-11-01	0.21716591992...	-1.0338272644...	-0.1336823012...	0.00818332671...	-0.01108797966...
1970-12-01	0.22097135473...	-1.0600021423...	-0.1332952715...	-0.0178329875...	-0.0128316634...
1971-01-01	0.16890167317...	-0.8653400360...	-0.0832175271...	-0.1925422931...	-0.0204045785...
1971-02-01	-0.4651967187...	1.45256932409...	0.54446012943...	-2.4910767059...	-0.1227513825...
1971-03-01	0.23274470296...	-1.1409826265...	-0.1320978695...	-0.0983229033...	-0.0182263156...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1971-04-01	0.22621332323...	-1.0960579133...	-0.1327621399...	-0.0536703377...	-0.0152335797...
1971-05-01	0.22540485233...	-1.0904970173...	-0.1328443650...	-0.0481431288...	-0.0148631312...
1971-06-01	-0.0488830650...	-0.1030506085...	0.14381337851...	-1.0917355012...	-0.0620563515...
1971-07-01	0.21926624300...	-1.0482738922...	-0.1334686890...	-0.0061757854...	-0.0120503662...
1971-08-01	0.22053405555...	-1.0569942725...	-0.1333397468...	-0.0148433389...	-0.0126312891...
1971-09-01	0.22349277797...	-1.0773452185...	-0.1330388315...	-0.0350710017...	-0.0139870018...
1971-10-01	0.22151339267...	-1.0637304356...	-0.1332401439...	-0.0215386953...	-0.0130800300...
1971-11-01	-0.4279491336...	1.27811378223...	0.52056164337...	-2.4803793325...	-0.1241027035...
1971-12-01	0.22675920751...	-1.0998126628...	-0.13270662111...	-0.0574023414...	-0.0154837087...
1972-01-01	-0.1090426199...	0.31074415830...	0.13769488318...	-0.6804474446...	-0.0344907122...
1972-02-01	-0.4739307059...	1.67613238551...	0.48819838041...	-1.9006757815...	-0.0873176895...
1972-03-01	0.19123027702...	-0.8554344335...	-0.1363200719...	0.18549547908...	0.00079596093...
1972-04-01	0.17947379351...	-0.7745699497...	-0.1375157588...	0.26587009726...	0.00618288549...
1972-05-01	0.17801854589...	-0.7645603369...	-0.1376637640...	0.27581907321...	0.00684969280...
1972-06-01	0.18025134576...	-0.7799181783...	-0.1374366782...	0.26055426747...	0.00582660418...
1972-07-01	0.16696904909...	-0.68855871168...	-0.1387875471...	0.35136029136...	0.01191266980...
1972-08-01	0.16925111169...	-0.7042553963...	-0.1385554512...	0.33575869504...	0.01086700857...
1972-09-01	0.17457681204...	-0.7408870990...	-0.1380138037...	0.29934890198...	0.00842672564...
1972-10-01	0.17101391851...	-0.7163804899...	-0.1383761658...	0.32370705353...	0.01005927492...
1972-11-01	0.17422931009...	-0.7384968804...	-0.1380491462...	0.30172464097...	0.00858595410...
1972-12-01	0.18045638522...	-0.7813284988...	-0.1374158248...	0.25915249044...	0.00573265329...
1973-01-01	0.17961374108...	-0.7755325494...	-0.1375015255...	0.26491332881...	0.00611876028...
1973-02-01	0.16697762939...	-0.6886177294...	-0.1387866745...	0.35130163114...	0.01190873823...
1973-03-01	0.20160888350...	-0.9268214817...	-0.1352645213...	0.11454088347...	-0.0039596082...
1973-04-01	-0.3598980474...	1.13701514529...	0.41673581560...	-1.88423886101...	-0.0924209062...
1973-05-01	0.18986512250...	-0.8460445070...	-0.1364589142...	0.19482852270...	0.00142148679...
1973-06-01	-0.0586304953...	0.04573911745...	0.11513528956...	-0.7597510342...	-0.0418741414...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1973-07-01	-0.6465417375...	2.20944812206...	0.69213692194...	-2.8433595021...	-0.1339526023...
1973-08-01	-0.1435525798...	0.38462543539...	0.18955852971...	-0.9752059063...	-0.0501096468...
1973-09-01	0.18680580352...	-0.8250016289...	-0.1367700606...	0.21574392604...	0.00282329376...
1973-10-01	-0.6178982652...	2.09417414862...	0.66736335920...	-2.7738390739...	-0.1313614428...
1973-11-01	0.18649691290...	-0.8228769901...	-0.1368014762...	0.21785569404...	0.00296483017...
1973-12-01	0.19203209079...	-0.8609495398...	-0.1362385239...	0.18001378245...	0.00042856278...
1974-01-01	0.08356967780...	-0.2784019648...	-0.0918961720...	0.39084019014...	0.01869529525...
1974-02-01	0.11550133302...	-0.3345489188...	-0.1440220436...	0.70322554289...	0.03549563179...
1974-03-01	-0.2855808310...	0.95281625743...	0.31354728126...	-1.3309375451...	-0.0636103052...
1974-04-01	0.15026158743...	-0.5736399724...	-0.1404867706...	0.46558286911...	0.01956817627...
1974-05-01	0.14840210436...	-0.56084991168...	-0.1406758883...	0.47829544950...	0.02042020783...
1974-06-01	0.15125512642...	-0.5804738201...	-0.1403857232...	0.45879041994...	0.01911292793...
1974-07-01	0.13428330290...	-0.4637367238...	-0.14211183348...	0.57482033936...	0.02688956733...
1974-08-01	-1.0651063066...	3.86229458881...	1.06486801296...	-3.9619670690...	-0.1779003926...
1974-09-01	0.14400433333...	-0.5306007743...	-0.14112316128...	0.50836134181...	0.02243530535...
1974-10-01	-0.6370372722...	2.30756184726...	0.63773010498...	-2.3776479595...	-0.1068759293...
1974-11-01	-0.1319680586...	0.46843193680...	0.13536326371...	-0.5237149164...	-0.0239860737...
1974-12-01	0.00122892399...	-0.0390148729...	0.01047633271...	-0.1076072440...	-0.0064388500...
1975-01-01	-0.2223627507...	0.76321633872...	0.23691664699...	-0.9671006296...	-0.0454298334...
1975-02-01	0.13756260289...	-0.4862926948...	-0.1417783140...	0.55240100928...	0.02538696312...
1975-03-01	0.18085167053...	-0.7840473852...	-0.1373756225...	0.25645007469...	0.00555153007...
1975-04-01	0.16778891108...	-0.6941979588...	-0.1387041635...	0.34575520600...	0.01153700180...
1975-05-01	0.16617196928...	-0.6830761668...	-0.1388686137...	0.35680962373...	0.01227789881...
1975-06-01	0.16865285802...	-0.7001404350...	-0.1386162962...	0.33984872846...	0.01114113368...
1975-07-01	-0.37211393992...	1.30278366546...	0.38780667304...	-1.5353784548...	-0.07110762501...
1975-08-01	0.15643037573...	-0.6160706772...	-0.1398593772...	0.42340920353...	0.01674158300...
1975-09-01	0.16234782056...	-0.6567725691...	-0.1392575467...	0.38295387791...	0.01403015752...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1975-10-01	0.15838904997...	-0.6295430034...	-0.1396601713...	0.41001849075...	0.01584410117...
1975-11-01	-0.11356665443...	0.34186177223...	0.13723476867...	-0.6495183368...	-0.0324177596...
1975-12-01	-0.2819839122...	0.92807561242...	0.31391310397...	-1.3555283148...	-0.0652584451...
1976-01-01	-0.0047024201...	0.08352671168...	-0.0178136432...	0.19828808921...	0.01199479562...
1976-02-01	0.10079381977...	-0.2333864015...	-0.1455178634...	0.80377523196...	0.04223474423...
1976-03-01	-0.0705271416...	0.20931177055...	0.08623861576...	-0.4130731929...	-0.0207071415...
1976-04-01	-0.3373359197...	1.22705859266...	0.33597028944...	-1.2424526194...	-0.05561151802...
1976-05-01	-0.1389728339...	0.51661280138...	0.13465084679...	-0.4758259247...	-0.0207764238...
1976-06-01	0.13965663868...	-0.5006960768...	-0.1415653412...	0.53808488093...	0.02442745743...
1976-07-01	-0.3547036203...	1.34651864549...	0.33420391675...	-1.1237162387...	-0.0476534842...
1976-08-01	0.12437853581...	-0.3956088795...	-0.14311919251...	0.64253547477...	0.03142801908...
1976-09-01	-0.3441372829...	1.27384032970...	0.33527856044...	-1.1959542795...	-0.0524950733...
1976-10-01	-0.6246141078...	2.30385582979...	0.61130686450...	-2.1972354382...	-0.0968524815...
1976-11-01	0.13129270026...	-0.4431664964...	-0.14241599112...	0.59526595524...	0.02825988788...
1976-12-01	-0.0103467815...	0.04060616806...	0.00929903177...	-0.0284685360...	-0.00113475958...
1977-01-01	-0.1496345834...	0.67169147841...	0.10587976750...	-0.1375906042...	-0.0001752646...
1977-02-01	-0.4973722064...	2.00085796424...	0.43044081163...	-1.2097251680...	-0.0451448841...
1977-03-01	-0.2864793144...	1.04074037419...	0.28576916973...	-1.0594499720...	-0.0474827607...
1977-04-01	0.12104938135...	-0.3727099951...	-0.1434577823...	0.66529564097...	0.03295346705...
1977-05-01	0.11878566284...	-0.3571394864...	-0.1436880126...	0.68077182578...	0.03399072286...
1977-06-01	-0.5289899478...	1.97310163965...	0.51028534145...	-1.7896016133...	-0.0778049101...
1977-07-01	0.10159755671...	-0.23891473601...	-0.14543611979...	0.79828038735...	0.04186646487...
1977-08-01	0.10514743187...	-0.2633318009...	-0.1450750816...	0.77401123751...	0.04023988072...
1977-09-01	0.11343185463...	-0.3203144496...	-0.1442325188...	0.71737378164...	0.03644388506...
1977-10-01	0.10788957580...	-0.2821930577...	-0.1447961933...	0.75526423962...	0.03898340616...
1977-11-01	-0.1626370656...	0.67938221109...	0.13224408877...	-0.3140425491...	-0.0099332639...
1977-12-01	-0.0277103399...	0.16003772956...	0.00753308036...	0.09023952594...	0.00682137618...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1978-01-01	-0.0268103504...	0.39907961028...	-0.0754355819...	0.88012158938...	0.05355654744...
1978-02-01	0.01990249690...	0.32300744365...	-0.1537448721...	1.35679852184...	0.07929986267...
1978-03-01	0.09782281866...	-0.2129509991...	-0.1458200275...	0.82408683957...	0.04359608318...
1978-04-01	0.07430985163...	-0.0512220315...	-0.14821140123...	0.98483607593...	0.05436993230...
1978-05-01	-0.1790809724...	0.87423223305...	0.10288493827...	0.06372318714...	0.01331733081...
1978-06-01	0.07586495613...	-0.0619184887...	-0.1480532401...	0.97420441636...	0.05365736968...
1978-07-01	-0.4266122619...	1.84112701873...	0.32689048685...	-0.6321041331...	-0.0147043096...
1978-08-01	-2.4509388003...	9.14375746582...	2.36363271274...	-8.2854951354...	-0.3601239826...
1978-09-01	0.06451588870...	0.01614366979...	-0.1492074909...	1.05179368537...	0.05885761260...
1978-10-01	-0.6189067862...	2.50983149351...	0.52882712930...	-1.4402192813...	-0.0523200723...
1978-11-01	-0.6876201016...	2.73722922416...	0.60489887363...	-1.7664873587...	-0.0679825788...
1978-12-01	-0.0740131622...	0.47852189357...	0.00282387661...	0.40679435787...	0.02803773823...
1979-01-01	-0.0452943836...	0.44447403179...	-0.0496287589...	0.74114492967...	0.04631024323...
1979-02-01	0.02725625353...	0.27242618500...	-0.1529969622...	1.30652367731...	0.07593030645...
1979-03-01	-0.09737214116...	0.47570350796...	0.05582162769...	0.03580086921...	0.00730932572...
1979-04-01	0.08015229285...	-0.0914080269...	-0.1476171988...	0.94489352156...	0.05169287414...
1979-05-01	-0.1731576841...	0.83349014800...	0.10348736314...	0.02322791189...	0.01060322780...
1979-06-01	0.08166420000...	-0.1018073603...	-0.14746343117...	0.93455718586...	0.05100010493...
1979-07-01	-0.1695947838...	0.89072758210...	0.07616299424...	0.26421469792...	0.02468652691...
1979-08-01	0.06027485599...	0.04531471574...	-0.1496388229...	1.08078801725...	0.06080089124...
1979-09-01	-0.1297538786...	0.69843443610...	0.05252826042...	0.25718252485...	0.02214692377...
1979-10-01	0.06370253591...	0.02173814484...	-0.1492902126...	1.05735426988...	0.05923029803...
1979-11-01	0.06995468621...	-0.0212659478...	-0.1486543410...	1.01461068990...	0.05636550755...
1979-12-01	0.08206288785...	-0.1045496503...	-0.1474228828...	0.93183150830...	0.05081742264...
1980-01-01	-0.0124743854...	0.21872861978...	-0.0462908185...	0.51676705147...	0.03127183023...
1980-02-01	-0.1864552921...	0.92495493078...	0.10213493703...	0.11413861393...	0.01669630923...
1980-03-01	0.12895863811...	-0.42711214393...	-0.1426533756...	0.61122305274...	0.02932937576...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1980-04-01	-0.0910197641...	0.43201002697...	0.05646769279...	-0.0076279228...	0.00439861047...
1980-05-01	0.10693908622...	-0.2756553163...	-0.1448928624...	0.76176237630...	0.03941892888...
1980-06-01	0.11066041934...	-0.3012517186...	-0.1445143862...	0.73632103340...	0.03771378118...
1980-07-01	-0.3623413336...	1.48079712942...	0.30574039544...	-0.8061551066...	-0.02843796511...
1980-08-01	-0.4336819946...	1.72626650009...	0.38154492700...	-1.11446101945...	-0.0428965986...
1980-09-01	-0.2745176301...	1.12195263876...	0.23161226291...	-0.6105375034...	-0.0215320072...
1980-10-01	-0.3055038188...	1.25334049122...	0.25614756093...	-0.6640416682...	-0.0230497133...
1980-11-01	-0.1498566355...	0.67321881690...	0.10585718381...	-0.1360725181...	-7.3518391260...
1980-12-01	0.11100215178...	-0.3036022528...	-0.1444796304...	0.73398473834...	0.03755719636...
1981-01-01	-0.0005543518...	0.21848328068...	-0.0727652296...	0.70061928682...	0.04152581704...
1981-02-01	0.04931752340...	0.12068240903...	-0.1507532325...	1.15569914370...	0.06582163779...
1981-03-01	-0.0567561985...	0.27807943166...	0.03226571863...	0.02347005986...	0.00441459362...
1981-04-01	-0.1027046465...	0.51238201788...	0.05527928808...	0.07225718589...	0.00975272678...
1981-05-01	0.09509250961...	-0.19417114620...	-0.1460977121...	0.84275292681...	0.04484713489...
1981-06-01	0.09906193161...	-0.2214739753...	-0.1456940041...	0.81561549438...	0.04302831068...
1981-07-01	-0.1499833361...	0.75583438940...	0.07815756603...	0.13013866912...	0.01570038839...
1981-08-01	-0.1459263360...	0.72792917229...	0.07857018106...	0.10240249788...	0.01384143509...
1981-09-01	-0.2867466215...	1.20606716863...	0.23036851988...	-0.5269325275...	-0.0159285753...
1981-10-01	0.08263983872...	-0.1085180848...	-0.1473642043...	0.92788711405...	0.05055305866...
1981-11-01	0.08835609042...	-0.14783611242...	-0.1467828360...	0.88880726950...	0.04793382165...
1981-12-01	0.09942644621...	-0.22398121186...	-0.1456569314...	0.81312344632...	0.04286128687...
1982-01-01	-0.01903838511...	0.26387770218...	-0.0469584066...	0.56164262711...	0.03427951283...
1982-02-01	0.05667128002...	0.07010115038...	-0.1500053227...	1.10542429917...	0.06245208156...
1982-03-01	-0.4022393556...	1.50999496221...	0.38474278376...	-1.3294224149...	-0.0573038934...
1982-04-01	0.10352205771...	-0.2521520088...	-0.1452403894...	0.78512330408...	0.04098464152...
1982-05-01	-0.1244164980...	0.57997830388...	0.08075782762...	-0.0446521050...	0.00398543738...
1982-06-01	-0.4461955479...	1.73059423896...	0.40795897452...	-1.2942555856...	-0.0528786295...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1982-07-01	-0.11839815406...	0.62032648793...	0.05368318830...	0.17954774359...	0.01694363050...
1982-08-01	-0.4150443297...	1.67981535572...	0.35575372896...	-0.97653468113...	-0.0357206898...
1982-09-01	0.09508836740...	-0.1941426548...	-0.1460981334...	0.84278124554...	0.04484903289...
1982-10-01	0.08895227299...	-0.1519368280...	-0.1467222016...	0.88473139544...	0.04766064553...
1982-11-01	0.09448989183...	-0.1900261672...	-0.1461590010...	0.84687279603...	0.04512325968...
1982-12-01	-0.1452660298...	0.64164330669...	0.10632406891...	-0.1674567483...	-0.0021769744...
1983-01-01	0.03641371460...	0.12769443767...	-0.1243788758...	0.97857260624...	0.05601842546...
1983-02-01	-0.3912065488...	1.76108449274...	0.27511794242...	-0.3434695964...	0.00050418284...
1983-03-01	-0.0671348050...	0.34946647992...	0.03121016801...	0.09442465547...	0.00917016276...
1983-04-01	0.08599473406...	-0.1315940224...	-0.1470229965...	0.90495096719...	0.04901581598...
1983-05-01	0.08324593300...	-0.11268697610...	-0.1473025618...	0.92374347733...	0.05027534090...
1983-06-01	0.08746344387...	-0.1416962320...	-0.1468736221...	0.89490995537...	0.04834284018...
1983-07-01	0.06237466129...	0.03087164939...	-0.1494252633...	1.06643244495...	0.05983874191...
1983-08-01	-0.3841793679...	1.63100542651...	0.30351936986...	-0.6568567502...	-0.0184315849...
1983-09-01	0.07674488018...	-0.0679708600...	-0.1479637479...	0.96818870944...	0.05325418071...
1983-10-01	-0.8818102793...	3.41897255003...	0.80664271966...	-2.5616426433...	-0.1047297363...
1983-11-01	-0.1242957754...	0.66089202853...	0.05308337388...	0.21986754388...	0.01964597270...
1983-12-01	-0.0373894237...	0.30835734866...	-0.02113805743...	0.42175673396...	0.02697226933...
1984-01-01	-0.1007464834...	0.58065729630...	0.02779171026...	0.32421495054...	0.02457133059...
1984-02-01	0.04931752340...	0.12068240903...	-0.1507532325...	1.15569914370...	0.06582163779...
1984-03-01	-0.0567561985...	0.27807943166...	0.03226571863...	0.02347005986...	0.00441459362...
1984-04-01	-0.2529928438...	1.05564304131...	0.20611469801...	-0.4923493185...	-0.0156790028...
1984-05-01	-0.3056760165...	1.25452491628...	0.25613004766...	-0.6628644182...	-0.0229708108...
1984-06-01	-0.0762742985...	0.41233055202...	0.03028064071...	0.15690790590...	0.01335795940...
1984-07-01	-0.1249353033...	0.66529088550...	0.05301833104...	0.22423975319...	0.01993901000...
1984-08-01	-0.3463105990...	1.45227720354...	0.27968406096...	-0.6504061746...	-0.0200675377...
1984-09-01	0.08897387166...	-0.1520853899...	-0.1467200049...	0.88458373351...	0.04765074883...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1984-10-01	-0.0926963914...	0.52528644251...	0.02861044055...	0.26917952556...	0.02088270738...
1984-11-01	-0.11202817264...	0.57651191881...	0.05433104385...	0.13599859694...	0.01402484876...
1984-12-01	0.09942644621...	-0.22398121186...	-0.1456569314...	0.81312344632...	0.04286128687...
1985-01-01	-0.1007464834...	0.58065729630...	0.02779171026...	0.32421495054...	0.02457133059...
1985-02-01	-0.1510667396...	0.84503044028...	0.05036064730...	0.40289047114...	0.03191266490...
1985-03-01	-0.3823806260...	1.45514498243...	0.35907577346...	-1.1998440330...	-0.0506874873...
1985-04-01	-0.0776566136...	0.42183851397...	0.03014005310...	0.16635826996...	0.01399134840...
1985-05-01	-0.2806279836...	1.16398141237...	0.23099081267...	-0.5687633342...	-0.0187321892...
1985-06-01	0.09906193161...	-0.2214739753...	-0.1456940041...	0.81561549438...	0.04302831068...
1985-07-01	0.07544895976...	-0.0590571457...	-0.1480955488...	0.97704842575...	0.05384798289...
1985-08-01	0.07950595994...	-0.0869623628...	-0.1476829338...	0.94931225450...	0.05198902959...
1985-09-01	0.08897387166...	-0.1520853899...	-0.1467200049...	0.88458373351...	0.04765074883...
1985-10-01	0.08263983872...	-0.1085180848...	-0.1473642043...	0.92788711405...	0.05055305866...
1985-11-01	0.08835609042...	-0.14783611242...	-0.1467828360...	0.88880726950...	0.04793382165...
1985-12-01	-0.1260058497...	0.59091032328...	0.08059618345...	-0.0337863102...	0.00471369237...
1986-01-01	-0.0965984151...	0.71561386530...	-0.0271598762...	0.82654614815...	0.05410235201...
1986-02-01	-0.0021587729...	0.47475121961...	-0.1559886017...	1.50762305545...	0.08940853134...
1986-03-01	0.08225490893...	-0.1058704267...	-0.1474033534...	0.93051873298...	0.05072943688...
1986-04-01	-0.2938899323...	1.33694500949...	0.20195528151...	-0.2127514379...	0.00306040421...
1986-05-01	-0.3220910017...	1.44917600774...	0.22677383861...	-0.2852964074...	0.00026653177...
1986-06-01	0.05846722453...	0.05774812618...	-0.1498226671...	1.09314610784...	0.06162916393...
1986-07-01	-0.1456473150...	0.88949816456...	0.02322509521...	0.63118490445...	0.04514528816...
1986-08-01	-0.1657508790...	0.94603218511...	0.04886720476...	0.50328036168...	0.03864106721...
1986-09-01	0.04617240147...	0.14231546460...	-0.1510731055...	1.17720114927...	0.06726276042...
1986-10-01	0.03845279882...	0.19541311772...	-0.1518582235...	1.22997714431...	0.07079995053...
1986-11-01	-0.3303010126...	1.50564683015...	0.22593884385...	-0.2291676772...	0.00402843126...
1986-12-01	-0.1665208192...	0.86958396679...	0.07647563017...	0.24319916764...	0.02327800917...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1987-01-01	-0.1216464480...	0.80615736921...	-0.0020206412...	0.73244506409...	0.04986373040...
1987-02-01	-0.0021587729...	0.47475121961...	-0.1559886017...	1.50762305545...	0.08940853134...
1987-03-01	0.08225490893...	-0.1058704267...	-0.1474033534...	0.93051873298...	0.05072943688...
1987-04-01	-0.2688418994...	1.24640150558...	0.17681604653...	-0.11865035385...	0.00729902582...
1987-05-01	-0.8731477252...	3.44113309366...	0.77983700834...	-2.3555202569...	-0.0929831436...
1987-06-01	-0.2421091700...	1.14427017304...	0.15184815270...	-0.0360669009...	0.01076570460...
1987-07-01	0.02968891510...	0.25569363722...	-0.1527495496...	1.28989249294...	0.07481563944...
1987-08-01	0.03463338406...	0.22168415387...	-0.1522466751...	1.25608903424...	0.07255004010...
1987-09-01	-0.2293559602...	1.13829400756...	0.12545847932...	0.14208922450...	0.02063792270...
1987-10-01	0.03845279882...	0.19541311772...	-0.1518582235...	1.22997714431...	0.07079995053...
1987-11-01	-0.1299167495...	0.78129879891...	0.02482496395...	0.52364099528...	0.03793740415...
1987-12-01	-0.1414727863...	0.77904046289...	0.05133639518...	0.33730025171...	0.02751663078...
1988-01-01	-0.0715503822...	0.62507036140...	-0.05229911118...	0.92064723222...	0.05834097363...
1988-02-01	-0.1774950031...	1.10855574695...	0.01998604314...	0.84891546696...	0.05973818006...
1988-03-01	-0.4688018144...	1.88608665917...	0.40565981628...	-1.13970511654...	-0.0425202385...
1988-04-01	0.05678252799...	0.06933595481...	-0.1499940083...	1.10466373904...	0.06240110676...
1988-05-01	0.05362949148...	0.09102344916...	-0.1503146861...	1.12621985361...	0.06384585594...
1988-06-01	-0.0918209727...	0.60100914961...	0.00101274278...	0.52853960342...	0.03619743427...
1988-07-01	0.02968891510...	0.25569363722...	-0.1527495496...	1.28989249294...	0.07481563944...
1988-08-01	-0.1407028461...	0.85548868121...	0.02372796978...	0.59738144575...	0.04287968882...
1988-09-01	-0.10411579582...	0.68557648803...	-0.0002376956...	0.61259464485...	0.04183103076...
1988-10-01	0.03845279882...	0.19541311772...	-0.1518582235...	1.22997714431...	0.07079995053...
1988-11-01	0.04541948059...	0.14749427157...	-0.15114968095...	1.18234858376...	0.06760775542...
1988-12-01	-0.0412806548...	0.41686644726...	-0.0492205447...	0.71370458799...	0.04447111722...
1989-01-01	-0.0387303840...	0.39932494939...	-0.04896117084...	0.69626935403...	0.04330256063...
1989-02-01	-0.1407262200...	0.85564945368...	0.02372559255...	0.59754124428...	0.04289039895...
1989-03-01	-0.0170387392...	0.16837947211...	-0.0190683019...	0.28262682361...	0.01764740598...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1989-04-01	-0.0642934632...	0.41166700097...	0.00381241340...	0.34034446277...	0.02358408632...
1989-05-01	-0.2423784944...	1.06437857466...	0.17950749297...	-0.2995706155...	-0.0048267400...
1989-06-01	-0.3133050822...	1.30699983045...	0.25535413761...	-0.6107073897...	-0.0194751055...
1989-07-01	0.06237466129...	0.03087164939...	-0.1494252633...	1.06643244495...	0.05983874191...
1989-08-01	0.06668522397...	0.00122235621...	-0.1489868599...	1.03696276300...	0.05786360402...
1989-09-01	-0.1737354486...	0.83746417897...	0.10342860191...	0.02717786874...	0.01086796460...
1989-10-01	0.07001497018...	-0.0216805983...	-0.1486482098...	1.01419855127...	0.05633788491...
1989-11-01	-0.2495359398...	1.11360954805...	0.17877954882...	-0.2506378764...	-0.0015471353...
1989-12-01	-0.0123413908...	0.21781384476...	-0.0462772924...	0.51585781803...	0.03121089094...
1990-01-01	0.03105768065...	0.08279069437...	-0.0972368766...	0.74984479525...	0.04275675605...
1990-02-01	0.05667128002...	0.07010115038...	-0.1500053227...	1.10542429917...	0.06245208156...
1990-03-01	-0.1267109939...	0.51401641924...	0.10821119890...	-0.2943104901...	-0.0106790557...
1990-04-01	-0.0467661395...	0.29110901461...	0.00559502046...	0.22051679966...	0.01555291185...
1990-05-01	-0.3248007610...	1.30432633513...	0.28187170752...	-0.7974607776...	-0.0299235354...
1990-06-01	-0.2959073506...	1.18733321552...	0.25712356459...	-0.7296490812...	-0.0274468998...
1990-07-01	-0.1935422527...	0.89195699965...	0.12910089327...	-0.1027555086...	0.00422776567...
1990-08-01	0.08591632792...	-0.1310547223...	-0.1470309707...	0.90548700026...	0.04905174237...
1990-09-01	-0.2806321258...	1.16400990369...	0.23099039139...	-0.5687350155...	-0.0187302912...
1990-10-01	-0.0613359243...	0.39132419539...	0.00411320831...	0.32012489103...	0.02222891587...
1990-11-01	0.09448989183...	-0.1900261672...	-0.1461590010...	0.84687279603...	0.04512325968...
1990-12-01	-0.07012193118...	0.37001279497...	0.03090636394...	0.11484650385...	0.01053889034...
1991-01-01	-0.4970023934...	3.46970789181...	-0.0678827484...	3.56395626213...	0.23757099060...
1991-02-01	-0.4507379270...	3.56020799751...	-0.20161110448...	4.57438857208...	0.29495146088...
1991-03-01	-0.3595327532...	2.52415206481...	-0.0539014722...	2.62412847875...	0.17458118756...
1991-04-01	-0.4248465505...	2.97339919704...	-0.0605441770...	3.07065413532...	0.20450854622...
1991-05-01	-0.4579792924...	3.11955166080...	-0.0362271930...	3.03182513988...	0.20397440967...
1991-06-01	-0.2952866514...	2.49096929640...	-0.1858010157...	3.51162716796...	0.22372231368...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1991-07-01	-0.4943173528...	3.45123940835...	-0.0676096678...	3.54559965813...	0.23634068129...
1991-08-01	-0.3563990628...	2.91131808535...	-0.1920164208...	3.92942954333...	0.25172456026...
1991-09-01	-0.6774842990...	3.97541768035...	0.16294202181...	2.40973773824...	0.17882673034...
1991-10-01	-0.4718458560...	3.29667397373...	-0.0653242162...	3.39197055908...	0.22604404305...
1991-11-01	-0.6293187997...	3.80760966479...	0.11246720461...	2.61113845637...	0.18818857612...
1991-12-01	-0.3943396748...	2.84530819782...	-0.0851282233...	3.12743518150...	0.20624587784...
1992-01-01	0.01136568172...	0.21823794158...	-0.0992396408...	0.88447152217...	0.05177980385...
1992-02-01	0.03461001015...	0.22184492634...	-0.1522490523...	1.25624883277...	0.07256075023...
1992-03-01	-0.2174230023...	0.89272750336...	0.18204557794...	-0.4701818489...	-0.0162615669...
1992-04-01	-0.0392454303...	0.32112349707...	-0.0213268215...	0.43444554684...	0.02782270793...
1992-05-01	-0.71829111926...	2.78470514887...	0.65715295773...	-2.0874912128...	-0.0853605506...
1992-06-01	-0.2632090164...	1.12591282264...	0.20507566764...	-0.4225052215...	-0.0109978623...
1992-07-01	0.06237466129...	0.03087164939...	-0.1494252633...	1.06643244495...	0.05983874191...
1992-08-01	0.06668522397...	0.00122235621...	-0.1489868599...	1.03696276300...	0.05786360402...
1992-09-01	-0.2488795472...	1.10909469069...	0.17884630687...	-0.2551253834...	-0.0018479002...
1992-10-01	-0.0552251942...	0.43103692114...	-0.0229520349...	0.54369313092...	0.03514477685...
1992-11-01	-0.1994398741...	0.93252254024...	0.12850107884...	-0.0624357083...	0.00693010786...
1992-12-01	-0.0874854895...	0.48944435647...	0.02914041254...	0.23355456582...	0.01849502611...
1993-01-01	-0.1675944455...	1.12220094602...	-0.0066937577...	1.04657409356...	0.07091750860...
1993-02-01	-0.0536350693...	0.82882003019...	-0.1612239709...	1.85954696719...	0.11299542489...
1993-03-01	-0.0542623452...	0.50615825779...	-0.0505408406...	0.80245548134...	0.05041944243...
1993-04-01	0.01588543948...	0.35063792299...	-0.1541534247...	1.38426161964...	0.08114051386...
1993-05-01	-0.2383138554...	1.28165308358...	0.09686068961...	0.46867593971...	0.04045836087...
1993-06-01	-0.2075597784...	1.15186176283...	0.07230178479...	0.52376696467...	0.04208242268...
1993-07-01	-0.01607112956...	0.57044442019...	-0.1574035505...	1.60273656014...	0.09578329599...
1993-08-01	-0.0102391918...	0.53033067060...	-0.1568104164...	1.56286581397...	0.09311105061...
1993-09-01	-0.4224456277...	1.97595588554...	0.27194078863...	-0.1298998641...	0.01481820463...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1993-10-01	-0.0057342410...	0.49934432027...	-0.1563522428...	1.53206717457...	0.09104684240...
1993-11-01	0.00248287075...	0.44282465558...	-0.1555165258...	1.47588989803...	0.08728168920...
1993-12-01	0.01839650719...	0.33336607515...	-0.1538980379...	1.36709440221...	0.07998992046...
1994-01-01	-0.01903838511...	0.26387770218...	-0.0469584066...	0.56164262711...	0.03427951283...
1994-02-01	-0.2188570816...	1.06607969334...	0.12652626214...	0.07031237440...	0.01582724384...
1994-03-01	-0.0766149281...	0.33292941143...	0.05793272892...	-0.1061083220...	-0.0022018125...
1994-04-01	0.10352205771...	-0.2521520088...	-0.1452403894...	0.78512330408...	0.04098464152...
1994-05-01	-0.1244164980...	0.57997830388...	0.08075782762...	-0.0446521050...	0.00398543738...
1994-06-01	-0.1957152191...	0.82515919990...	0.15656662464...	-0.3532447449...	-0.0104924133...
1994-07-01	0.08198610900...	-0.1040215433...	-0.1474306915...	0.93235641615...	0.05085260339...
1994-08-01	-0.1896120337...	0.86492382057...	0.12950061408...	-0.1296249245...	0.00242690465...
1994-09-01	0.09508836740...	-0.1941426548...	-0.1460981334...	0.84278124554...	0.04484903289...
1994-10-01	-0.2617201873...	1.11567222663...	0.20522708821...	-0.4326837815...	-0.01168005701...
1994-11-01	0.09448989183...	-0.1900261672...	-0.1461590010...	0.84687279603...	0.04512325968...
1994-12-01	0.03007020034...	0.00783877935...	-0.0696505759...	0.49125084012...	0.02749337678...
1995-01-01	-0.0625704512...	0.39981562759...	0.00398765141...	0.32856488333...	0.02279458701...
1995-02-01	-0.0612151277...	0.47223741125...	-0.0235612379...	0.58464403428...	0.03788941729...
1995-03-01	-0.0463775920...	0.20669238340...	0.03332126924...	-0.0474845357...	-0.00034097551...
1995-04-01	0.00917236739...	0.06983601135...	-0.0440892471...	0.36877641343...	0.02135309692...
1995-05-01	-0.4190696043...	1.62575826570...	0.38303107233...	-1.2143603891...	-0.0495921249...
1995-06-01	0.01046828781...	0.06092229701...	-0.0439574462...	0.35991669712...	0.02075929474...
1995-07-01	0.08852325824...	-0.1489859408...	-0.1467658343...	0.88766440655...	0.04785722388...
1995-08-01	-0.0329134685...	0.27757043760...	-0.0206828327...	0.39115632566...	0.02492134710...
1995-09-01	0.10120286314...	-0.2361999198...	-0.1454762618...	0.80097875757...	0.04204731695...
1995-10-01	-0.2303597202...	0.98170997950...	0.18072985597...	-0.3817384160...	-0.0103338485...
1995-11-01	0.10062369323...	-0.2322162221...	-0.1455351660...	0.80493832257...	0.04231269771...
1995-12-01	-0.2897663743...	1.14509380962...	0.25774812930...	-0.7716326067...	-0.0302607494...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1996-01-01	-0.1073104830...	0.62580637870...	0.02712412219...	0.36909052618...	0.02757901319...
1996-02-01	-0.2085165620...	1.07669870674...	0.09989120739...	0.26496314754...	0.02680497790...
1996-03-01	0.01319859685...	0.04214244408...	-0.0436797616...	0.34125060987...	0.01950824302...
1996-04-01	-0.0083549562...	0.19039399771...	-0.0458718542...	0.48860407654...	0.02938427138...
1996-05-01	0.08916922131...	-0.15342906115...	-0.1467001369...	0.88324820207...	0.04756123790...
1996-06-01	-0.2824578055...	1.17656745490...	0.23080471162...	-0.5562535361...	-0.0178937487...
1996-07-01	-0.1314724525...	0.71025528306...	0.05235347378...	0.26893176279...	0.02293438951...
1996-08-01	-0.2525288355...	1.13419554745...	0.17847515796...	-0.2301765841...	-0.0001757641...
1996-09-01	-0.29286111732...	1.24812443357...	0.22974664836...	-0.4851300395...	-0.0131268593...
1996-10-01	0.07632740445...	-0.0650993416...	-0.1480062071...	0.97104283266...	0.05344547178...
1996-11-01	-0.1432100069...	0.70924547757...	0.07884644385...	0.08383198634...	0.01259678912...
1996-12-01	-0.20693780117...	0.90235135550...	0.15542523794...	-0.2765202085...	-0.0053501271...
1997-01-01	0.05195764527...	-0.1427093785...	-0.0674245251...	0.34161468171...	0.01746435624...
1997-02-01	-0.2425248839...	0.98364139448...	0.20717933626...	-0.5639147895...	-0.0204755145...
1997-03-01	-0.0152417726...	-0.0074687613...	0.03648792109...	-0.2603483225...	-0.0146076829...
1997-04-01	-0.13110921549...	0.46252456596...	0.13545061189...	-0.5295865012...	-0.0243796032...
1997-05-01	-0.0579054470...	0.20424020461...	0.05983556669...	-0.2340179477...	-0.0107746620...
1997-06-01	-0.0298803476...	0.09321957887...	0.03499911266...	-0.1602699380...	-0.0079001585...
1997-07-01	-0.1728302409...	0.66774972058...	0.15889412910...	-0.5097006598...	-0.0209785124...
1997-08-01	-0.2198835565...	0.82790781556...	0.20948206035...	-0.7187049564...	-0.0308499706...
1997-09-01	-0.2879267214...	1.05069605695...	0.28562196198...	-1.0495545994...	-0.0468195460...
1997-10-01	-0.0672449501...	0.26848000065...	0.05888569752...	-0.1701673073...	-0.0064952192...
1997-11-01	0.03723437013...	-0.1231825356...	-0.0412352161...	0.17692714549...	0.00849483946...
1997-12-01	-0.0045589287...	0.00079564756...	0.00988768224...	-0.0680378900...	-0.0037868048...
1998-01-01	-0.1848705130...	1.07754254182...	0.04692265262...	0.63399404722...	0.04740185238...
1998-02-01	-0.11705841774...	0.93808775254...	-0.0569274815...	1.23176840824...	0.07919315734...
1998-03-01	-0.2036520592...	0.96149516447...	0.12807268080...	-0.0336385961...	0.00886016830...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
1998-04-01	-0.1302385846...	0.78351247306...	0.02479223189...	0.52584125930...	0.03808487180...
1998-05-01	0.04178291487...	0.17250761926...	-0.1515195359...	1.20721040413...	0.06927406195...
1998-06-01	-0.1284674933...	0.77133039680...	0.02497235978...	0.51373298034...	0.03727334216...
1998-07-01	-0.0835775149...	0.70779644798...	-0.0535223242...	1.00287217586...	0.06385191201...
1998-08-01	-0.2036196478...	1.12476040808...	0.07270251366...	0.49682978610...	0.04027702003...
1998-09-01	-0.1413928201...	0.86023452181...	0.02365779633...	0.60209853672...	0.04319584103...
1998-10-01	-0.0743642012...	0.64442461978...	-0.0525852891...	0.93988424525...	0.05963029033...
1998-11-01	0.03315187778...	0.23187438129...	-0.1523973509...	1.26621753070...	0.07322887936...
1998-12-01	-0.2281925905...	1.13029201560...	0.12557679920...	0.13413570749...	0.02010485646...
1999-01-01	0.13448964199...	0.82511648735...	-0.9629844788...	1.00857155909...	0.08541653843...
1999-02-01	0.09689109407...	1.69557223416...	-1.3484227200...	0.58555682091...	0.05933710741...
1999-03-01	0.43379828273...	0.59153509653...	-1.8358515548...	0.47337749660...	0.03180493165...
1999-04-01	0.47875963405...	0.93568353505...	-2.1595901562...	0.51147159435...	0.02720067264...
1999-05-01	0.39527195405...	1.65519224129...	-2.31341107063...	-0.1767320395...	-0.0156501567...
1999-06-01	0.59311063528...	1.31624419060...	-2.7216283225...	0.11471150685...	-0.0181208986...
1999-07-01	0.72621985146...	1.31277219145...	-3.0820385961...	0.56372613527...	-0.01109490732...
1999-08-01	0.81776644013...	1.32712367901...	-3.3362002809...	0.48644272882...	-0.0371897076...
1999-09-01	1.01044902242...	0.92404812399...	-3.64998711053...	0.74338870968...	-0.05311102658...
1999-10-01	0.80125727288...	2.01544170291...	-3.54779760115...	-0.2628960887...	-0.1275468414...
1999-11-01	1.15294903015...	0.99907788977...	-3.9517079620...	0.70009879364...	-0.1208902185...
1999-12-01	0.82867488582...	2.37121188355...	-3.6254351534...	-0.9176464124...	-0.2373862172...
2000-01-01	1.14337086424...	1.15774239167...	-3.8670420956...	-0.4797976220...	-0.2505353798...
2000-02-01	1.19252910761...	1.32127870727...	-3.8352354331...	-0.3239973906...	-0.3179020373...
2000-03-01	1.2434160238539	1.08432982879...	-3.6984914913...	-0.9143321642...	-0.4125084682...
2000-04-01	1.30878058864...	1.01992609031...	-3.6191598629...	-0.5807988039...	-0.4594874196...
2000-05-01	1.33362372760...	1.01944862785...	-3.4439413164...	-0.5380461934...	-0.5264218354...
2000-06-01	1.45836668693...	0.61105458214...	-3.3292371967...	-0.1518523450...	-0.5825049518...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2000-07-01	1.35284923402...	1.08725307800...	-2.9800672059...	-0.3477862924...	-0.6643278222...
2000-08-01	1.34146556418...	1.11957969169...	-2.6675359707...	-0.42118336421...	-0.74804549211...
2000-09-01	1.47991079945...	0.57205136180...	-2.4823871913...	0.04131829889...	-0.8088831654...
2000-10-01	1.37442321085...	0.93054088278...	-2.0489101324...	-0.2448265644...	-0.9025426394...
2000-11-01	1.45054295519...	0.57935122456...	-1.77115083054...	0.05870726341...	-0.9717454616...
2000-12-01	1.30194936856...	1.00803354117...	-1.2513526764...	-0.5142524392...	-1.0810058858...
2001-01-01	1.16755020081...	1.96388115298...	-0.93381278115...	0.91530453795...	-1.0732067126...
2001-02-01	1.11296665208...	2.19088286997...	-0.5643888694...	1.24947230440...	-1.1293035306...
2001-03-01	1.03095843136...	2.01439646104...	-0.0007167777...	-0.1046136909...	-1.2821234597...
2001-04-01	1.35325344841...	0.83217727427...	0.00716756766...	1.59582559002...	-1.2756898156...
2001-05-01	1.15146516794...	1.44128940230...	0.56616340192...	1.02575162317...	-1.3725576549...
2001-06-01	1.23381549432...	0.98326132413...	0.84078212292...	1.41797031711...	-1.4236865428...
2001-07-01	1.24565288875...	0.91945400517...	1.12297696150...	2.01458125677...	-1.4543432402...
2001-08-01	1.02447265028...	1.54940151908...	1.67461973187...	1.27279143257...	-1.5475433661...
2001-09-01	1.06204148048...	1.21790162208...	1.94880625761...	1.40882860632...	-1.5955805132...
2001-10-01	0.84855593475...	1.87761249254...	2.42126710600...	0.86614468690...	-1.6637776126...
2001-11-01	1.05496121117...	0.96017368934...	2.46427063502...	1.69319771660...	-1.6659624652...
2001-12-01	0.96959341594...	1.07483965510...	2.77622327333...	1.32742235800...	-1.7152264185...
2002-01-01	1.01645798221...	0.47275555398...	2.94799699816...	0.39514749551...	-1.7867865593...
2002-02-01	0.60489558831...	1.85319925176...	3.54242159143...	-0.7322599098...	-1.8561957837...
2002-03-01	0.99168704708...	0.14831135971...	3.31633366638...	0.18987166019...	-1.8291282206...
2002-04-01	1.02445487829...	-0.0141831657...	3.32942471222...	0.61163982456...	-1.8059750947...
2002-05-01	1.07470029153...	-0.2825121999...	3.31177084246...	0.91875791925...	-1.7839105591...
2002-06-01	1.05716199691...	-0.3145635024...	3.34024458733...	0.89964329615...	-1.7716949208...
2002-07-01	0.91712607465...	0.18548542040...	3.43879162678...	0.66470294787...	-1.7605167254...
2002-08-01	0.80303847002...	0.52268178731...	3.51354053125...	0.26009785243...	-1.7559033103...
2002-09-01	0.62102899022...	1.10240906492...	3.64094510093...	-0.4628544507...	-1.7630920912...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2002-10-01	1.05378930041...	-0.48312350511...	3.11698751887...	1.25785128694...	-1.6552260768...
2002-11-01	0.87344820614...	0.12536670426...	3.20349074717...	0.55092016852...	-1.6561232934...
2002-12-01	0.92599557957...	-0.11049727117...	3.04708788338...	0.65615196421...	-1.6196612680...
2003-01-01	0.85103074009...	0.14463014661...	2.99891649403...	0.32348381834...	-1.6008296673...
2003-02-01	0.75577425566...	0.56271576448...	2.94224689833...	0.15033409875...	-1.5728967665...
2003-03-01	0.96000356722...	-0.3198086252...	2.65646139716...	0.33775636289...	-1.5399882874...
2003-04-01	0.92474388358...	-0.1010087715...	2.52678737472...	0.32670358168...	-1.5060685405...
2003-05-01	0.93196846012...	-0.0656098455...	2.36699870417...	0.31481251339...	-1.4762997019...
2003-06-01	0.89786117168...	0.11842217016...	2.25383474644...	0.08040929331...	-1.4600247021...
2003-07-01	0.94733612670...	0.08372298073...	2.03598318059...	0.36347828094...	-1.4208078390...
2003-08-01	0.87189172118...	0.45088106575...	1.96852663595...	-0.0603838056...	-1.4204244870...
2003-09-01	0.92984969158...	0.33767882155...	1.78083821240...	-0.04073331166...	-1.4059023222...
2003-10-01	1.10583984619...	-0.14626792561...	1.47077554854...	0.53111011000...	-1.3703527228...
2003-11-01	1.14535831164...	-0.14889615111...	1.31909472100...	0.47755159533...	-1.3706014458...
2003-12-01	1.16886346175...	-0.0886085803...	1.20183440484...	0.30378120720...	-1.3839203354...
2004-01-01	3.38142050854...	0.92407305981...	1.86132905246...	0.16979850716...	1.08555634918...
2004-02-01	4.36416217268...	1.45991127758...	2.00793045391...	0.02742096444...	2.10552713046...
2004-03-01	6.03220978297...	0.64146399875...	2.12305712995...	0.12545807541...	3.54369283114...
2004-04-01	6.12161557442...	0.61597870989...	1.97142937059...	0.42694432747...	3.52765617122...
2004-05-01	4.77743114552...	0.90370904666...	1.64270047090...	0.06367058953...	2.10957547870...
2004-06-01	2.41225099323...	0.41666246415...	0.83622361524...	0.32352769045...	-0.5451434159...
2004-07-01	2.85139431344...	0.27268871927...	0.74533861391...	0.80977191068...	-0.2512947790...
2004-08-01	2.86694301761...	1.58567073612...	1.11613507910...	-0.5682198785...	-0.0489382213...
2004-09-01	4.86222775157...	1.29045784511...	1.41331695515...	-0.2186442905...	1.80328250046...
2004-10-01	6.39779998682...	1.58866216413...	1.78203876592...	-0.3103420345...	3.32161606013...
2004-11-01	6.76384275375...	1.62082836748...	1.82090053332...	-0.3780625314...	3.57955764323...
2004-12-01	4.08780804020...	0.74971796038...	0.86725979004...	0.15892651010...	0.50613674607...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2005-01-01	3.45831956617...	1.05488234900...	0.76197440914...	-0.1558491270...	-0.18982741180...
2005-02-01	5.29175113295...	1.02936921563...	1.07871566106...	0.31090161832...	1.57004531767...
2005-03-01	4.76059473021...	1.12205167859...	1.06554940105...	-0.6028980468...	0.94999012534...
2005-04-01	5.63236972030...	1.19955492617...	1.20942230171...	-0.3687746837...	1.75868265066...
2005-05-01	4.57523254923...	0.38819669867...	0.64168528605...	0.40548391355...	0.38993108544...
2005-06-01	3.21564461719...	1.00346582647...	0.50550284474...	-0.3702704740...	-0.9395076480...
2005-07-01	1.72930933569...	1.75570858950...	0.33904823432...	-0.9845954926...	-2.3573838936...
2005-08-01	2.49501055710...	0.91516647908...	0.19729171478...	-0.11191599525...	-1.8062054654...
2005-09-01	3.44913983961...	0.45196494204...	0.23868147112...	0.32966046987...	-0.9493991754...
2005-10-01	6.10759830608...	0.92107298374...	0.96325493798...	0.13975756390...	1.87482619450...
2005-11-01	4.54500363390...	1.39778309224...	0.74068193043...	-0.5358043090...	0.37310846511...
2005-12-01	2.84780505195...	0.11975675393...	-0.1021544394...	0.50160072377...	-1.6817542231...
2006-01-01	2.05239205683...	1.26882460384...	0.01415154432...	-0.2677267889...	-2.23685112506...
2006-02-01	3.28118740024...	0.87199328705...	0.05555754231...	0.53696017997...	-0.9974095303...
2006-03-01	4.56329039166...	0.75046964525...	0.40502102151...	-0.0843427310...	0.37159605045...
2006-04-01	4.23224351376...	1.11354264783...	0.37176613933...	-0.2328735050...	0.21008271808...
2006-05-01	2.43817605874...	0.37126493182...	-0.3398951084...	0.40008411269...	-1.6940094940...
2006-06-01	1.15305752590...	0.71070361330...	-0.5516389482...	-0.1066272273...	-2.8029265075...
2006-07-01	1.04317180381...	0.93616406940...	-0.5839566192...	-0.0675126369...	-2.7220646421...
2006-08-01	1.54331792990...	0.33252128645...	-0.7038793743...	0.52620430539...	-2.1922569460...
2006-09-01	2.45589847542...	0.80190362658...	-0.3491294013...	-0.00432110773...	-0.9747929561...
2006-10-01	2.95598713875...	1.30169631157...	-0.1068231850...	-0.4074988178...	-0.1642389679...
2006-11-01	3.36726195411...	0.95581556107...	-0.1469074013...	-0.1051848212...	0.36596239892...
2006-12-01	1.24623753045...	0.45215536837...	-0.8096767150...	0.08689517256...	-1.7294421860...
2007-01-01	0.65283823984...	0.83968520032...	-0.8966741407...	0.02417682037...	-2.04201157546...
2007-02-01	1.17663323204...	0.51738926465...	-0.95112364167...	0.69908321417...	-1.3807430326...
2007-03-01	1.94949462389...	0.86099006215...	-0.5256306283...	-0.4750788607...	-0.2895350577...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2007-04-01	1.31111838286...	0.98417034983...	-0.6762323788...	-0.4031815566...	-0.6997802734...
2007-05-01	0.86127740280...	0.73634686304...	-0.8667607189...	-0.1696710284...	-1.0002372648...
2007-06-01	0.09271887062...	1.24570584195...	-0.85211515812...	-0.8145378220...	-1.4467430863...
2007-07-01	-0.1520383910...	0.31208064059...	-1.2573819820...	0.39827800179...	-1.7022479640...
2007-08-01	0.01239416632...	0.78007098262...	-1.0258797481...	-0.1299132966...	-1.2007923776...
2007-09-01	0.35767998281...	0.95801912180...	-0.83271338731...	-0.4161565248...	-0.5887566362...
2007-10-01	1.28169025073...	0.95063330698...	-0.5922474092...	-0.2674088271...	0.56619813172...
2007-11-01	1.95055677740...	0.35127248069...	-0.5788685265...	0.31126965934...	1.31490373631...
2007-12-01	0.09032069823...	0.34950380393...	-0.9229848656...	0.01065123138...	-0.3953583284...
2008-01-01	-0.4723175421...	0.92436073723...	-0.9716958163...	0.32672742194...	-0.7459695572...
2008-02-01	0.02460450160...	1.28163086773...	-0.6787734271...	0.38306033490...	0.11136935445...
2008-03-01	0.26335490271...	0.19124517416...	-0.7326283092...	0.41728617655...	0.27671041539...
2008-04-01	0.07886957741...	0.59689794759...	-0.5895932700...	0.30760270932...	0.34179507243...
2008-05-01	-0.4978585756...	0.50994298099...	-0.6532598255...	0.38114118340...	-0.11776004359...
2008-06-01	-1.5320365851...	0.58062993880...	-0.7474928076...	0.15535272222...	-1.0164271578...
2008-07-01	-1.7571386862...	0.81063329019...	-0.6666719891...	0.26535037821...	-1.0602956813...
2008-08-01	-1.67688851140...	0.58657804916...	-0.5977498288...	0.42918794075...	-0.8999877238...
2008-09-01	-1.0691305637...	0.31036650938...	-0.4131323841...	0.60472822384...	-0.22010111618...
2008-10-01	-0.5524428798...	0.80688272352...	-0.0261846577...	0.23493108682...	0.53916092260...
2008-11-01	0.40169038507...	0.80592309233...	0.31936880637...	0.21829122412...	1.62376356798...
2008-12-01	-1.6353258197...	0.84868751609...	0.00061037469...	-0.1683208730...	-0.3556279386...
2009-01-01	-1.9418823290...	0.65442640975...	-0.0500984734...	0.11454017982...	-0.6250020288...
2009-02-01	-0.8568009991...	0.33837112592...	0.12720154599...	0.88229684333...	0.49045133076...
2009-03-01	-0.6109508346...	0.52595091477...	0.49192685402...	-0.2859868283...	0.87225132679...
2009-04-01	-1.0667389471...	0.59376777031...	0.44163752084...	-0.09556611076...	0.48862190243...
2009-05-01	-0.9560912443...	0.05381690499...	0.34542878072...	0.49627898053...	0.53828836387...
2009-06-01	-2.4131062805...	0.35020033084...	0.17664291691...	0.01691882564...	-0.8269737685...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2009-07-01	-2.76301194116...	0.83775354303...	0.25129844568...	-0.1712920430...	-1.0216385064...
2009-08-01	-2.1651607535...	0.04944569402...	0.15742167095...	0.61778992712...	-0.5474725715...
2009-09-01	-1.3179532599...	0.58827565520...	0.56946212966...	4.88604835798...	0.49123818993...
2009-10-01	-0.1320808221...	-0.0254781695...	0.61201759864...	0.80859350072...	1.59634066376...
2009-11-01	0.32473871361...	0.86064706016...	1.00718996965...	-0.1399169759...	2.30558716416...
2009-12-01	-1.3673718229...	0.60765336391...	0.51025800657...	-0.1808046024...	0.53654368964...
2010-01-01	-1.8050843952...	0.39128556761...	0.26136944104...	0.26756586959...	0.04477963334...
2010-02-01	-1.0165666058...	0.23825603937...	0.21068092762...	0.83517337772...	0.83726700909...
2010-03-01	0.16007538746...	0.61509580347...	0.65863883628...	-0.4186535409...	2.15424676841...
2010-04-01	-0.2920108620...	0.13729026436...	0.21886853297...	0.31901721566...	1.58177844692...
2010-05-01	-1.2217735943...	0.96885332711...	0.14084733819...	-0.5682609240...	0.82891373353...
2010-06-01	-2.5549053653...	0.65061310428...	-0.4216580470...	-0.4101879657...	-0.6120162805...
2010-07-01	-2.38684257711...	0.20238550707...	-0.7558481281...	0.38531617016...	-0.5505307584...
2010-08-01	-1.6048050073...	0.79481039050...	-0.5446524630...	-0.2127060481...	0.38918578716...
2010-09-01	-1.3577772501...	1.45271184695...	-0.4270777782...	-0.9958675269...	0.79492798274...
2010-10-01	-0.3797108242...	0.63790694300...	-0.6845799510...	-0.0024276987...	1.59808977433...
2010-11-01	0.08884724548...	0.88615916838...	-0.6733467075...	-0.2989038364...	2.13159039538...
2010-12-01	-1.77113309982...	0.62719200689...	-1.36112384598...	-0.34258778501...	0.15714647825...
2011-01-01	-1.6788338512...	1.30983061407...	-1.4185991006...	-0.3209683840...	0.39916157306...
2011-02-01	-1.3669352409...	1.48853504086...	-1.5352716198...	-0.0842736056...	0.75122799128...
2011-03-01	-0.0880045098...	0.79011390798...	-1.4883683817...	-0.3569218459...	1.90381387067...
2011-04-01	-0.4839242452...	0.53586113023...	-1.9004968095...	0.19423617585...	1.43028184616...
2011-05-01	-1.01123409536...	0.68182058755...	-2.1520198344...	0.04115905931...	0.92172007791...
2011-06-01	-2.1712574739...	0.48345976215...	-2.6399552561...	0.08438191887...	-0.3139697484...
2011-07-01	-2.1601592808...	0.59605735091...	-2.8083389826...	0.33789492494...	-0.2765527101...
2011-08-01	-2.0261624688...	1.26440122197...	-2.6772072857...	-0.3968831078...	0.02646123759...
2011-09-01	-0.8507672542...	0.73121155248...	-2.6839921303...	0.08983519162...	1.11737096146...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2011-10-01	-0.0919528939...	0.63202436175...	-2.6592672854...	0.34881474174...	1.88536067421...
2011-11-01	-0.0887866997...	0.97515344010...	-2.6069205175...	-0.0917646637...	1.98959149220...
2011-12-01	-1.5836637820...	1.12626665452...	-2.9288885595...	-0.5421499089...	0.51772247360...
2012-01-01	-1.8415064747...	0.95609044852...	-3.0859277287...	-0.2764846275...	0.22608260875...
2012-02-01	-0.9543306291...	1.09509787739...	-2.91080591134...	0.01297351008...	1.21444546094...
2012-03-01	-0.5328375166...	0.37409658251...	-2.8854151509...	-0.2157991565...	1.52539010753...
2012-04-01	-1.17261169253...	1.17422928042...	-2.7692707264...	-0.7838007969...	1.10009282861...
2012-05-01	-0.9823991610...	1.12129448589...	-2.6902031049...	-0.6798594975...	1.33126471956...
2012-06-01	-2.2637434917...	0.78125516452...	-3.0135179714...	-0.4971475748...	-0.0097334857...
2012-07-01	-2.5690440926...	0.70183443603...	-3.0679590946...	-0.1047122014...	-0.2881427594...
2012-08-01	-2.4102203332...	1.06144996062...	-2.7835908828...	-0.5181621857...	0.02223017945...
2012-09-01	-0.9645828231...	0.45246270934...	-2.5075476497...	0.07995102291...	1.42601859254...
2012-10-01	-0.1565844844...	0.70491555248...	-2.1063809060...	-0.0228296980...	2.38045793089...
2012-11-01	-0.3196720121...	0.33356381378...	-2.1016534892...	0.25725061496...	2.19548980095...
2012-12-01	-1.8574783749...	0.07877837381...	-2.3501709644...	0.23070579876...	0.63123682120...
2013-01-01	-2.2059915332...	0.37357339419...	-2.14837897911...	-0.1085720722...	0.41859463512...
2013-02-01	-1.2934232307...	-0.0975528951...	-1.9705858009...	0.76080648036...	1.31241901488...
2013-03-01	-1.3640127598...	0.84432680606...	-1.3400066538...	-1.0781470865...	1.54637525489...
2013-04-01	-1.3130135294...	0.48791983047...	-1.2941049889...	-0.4503338440...	1.58901054074...
2013-05-01	-2.0807596340...	-0.3069189984...	-1.5452194468...	0.32616581577...	0.69112189796...
2013-06-01	-2.8236332690...	-0.0995699479...	-1.43241116498...	0.00291386732...	0.05741140050...
2013-07-01	-2.9999715930...	-0.0034925638...	-1.2810608236...	0.18645147041...	-0.0251966998...
2013-08-01	-2.9554359810...	-0.0487922874...	-1.0679330635...	0.18276312936...	0.08989273357...
2013-09-01	-1.77515113526...	0.24411520675...	-0.47160110718...	-0.1410650587...	1.44882217707...
2013-10-01	-1.66664297011...	0.74923372771...	-0.0840864456...	-0.5682038378...	1.75573170702...
2013-11-01	-0.72911866807...	0.08201952452...	0.11435627241...	0.11200606330...	2.63551928836...
2013-12-01	-2.7883773098...	-0.1556783876...	-0.2253597051...	0.04536075133...	0.54252529027...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2014-01-01	-2.9681740892...	0.10203785718...	-0.1441976050...	0.17210794443...	0.45308611301...
2014-02-01	-2.0109993309...	0.86250765439...	0.54705910601...	-0.1970783000...	1.71441369337...
2014-03-01	-2.0392218786...	-0.1876998855...	0.49265291033...	-0.0367126651...	1.51200952725...
2014-04-01	-2.3505232374...	-0.3100286984...	0.50098330591...	0.33309440334...	1.22714411082...
2014-05-01	-2.7934093486...	-0.0060778693...	0.65574682402...	0.01993765964...	0.90894160570...
2014-06-01	-3.3732910767...	-0.33411381322...	0.57028061628...	0.25286376903...	0.29959270740...
2014-07-01	-3.73278516711...	-0.2546479062...	0.61081775315...	0.44901152376...	0.00730375029...
2014-08-01	-3.6242120106...	-0.0927278090...	0.84088950380...	0.23830649439...	0.21767548884...
2014-09-01	-2.4272405157...	0.20987843913...	1.37255591784...	-0.0978718172...	1.57582854275...
2014-10-01	-2.0802865819...	0.66971195523...	1.72346126001...	-0.4566287869...	2.09566059069...
2014-11-01	-1.9367732215...	-0.0224280902...	1.65381967805...	0.18243433904...	2.13403545750...
2014-12-01	-3.0186320780...	-0.3791686007...	1.42224446552...	0.31141873532...	0.99432445748...
2015-01-01	-3.5510125167...	-0.0757252333...	1.50818466807...	0.00789929474...	0.57199926321...
2015-02-01	-2.6663822421...	-0.7419936902...	1.53988710377...	1.05196922312...	1.36689099334...
2015-03-01	-2.3947617815...	-0.9329983055...	1.76517808653...	0.45345599851...	1.65604599137...
2015-04-01	-2.5674597983...	-0.7545154275...	1.84436722873...	0.50156088348...	1.56633575912...
2015-05-01	-3.0918907173...	-0.8355047887...	1.78393704410...	0.57009508546...	1.05546001750...
2015-06-01	-3.8816224239...	-0.7139287237...	1.73974819574...	0.33421529866...	0.32016086282...
2015-07-01	-4.2986574206...	-0.7463066984...	1.67325368810...	0.60884641206...	-0.0738173081...
2015-08-01	-4.1272235223...	-0.7533496290...	1.80034641142...	0.58053941812...	0.14487622031...
2015-09-01	-3.2637695807...	-0.30211611272...	2.24852699151...	0.07875964909...	1.18092378224...
2015-10-01	-2.8254916816...	-0.8654822845...	2.21959217787...	0.75980186817...	1.53766269312...
2015-11-01	-2.8735457604...	-0.4434442481...	2.43456171246...	0.25797993874...	1.62971251113...
2015-12-01	-3.6026567493...	-0.5408869395...	2.32254258326...	0.16644293158...	0.90003156946...
2016-01-01	-3.9251438688...	-0.5023078465...	2.26721043589...	0.48229320021...	0.61418034324...
2016-02-01	-3.1595778058...	-0.3259203259...	2.51693565131...	0.67093187649...	1.47580674742...
2016-03-01	-2.9488188088...	-1.0100863988...	2.52656696802...	0.53897955559...	1.57597184873...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2016-04-01	-2.89204438111...	-0.8798496856...	2.60267587343...	0.66393802961...	1.69973670730...
2016-05-01	-3.1369010212...	-1.1945183700...	2.49121480131...	0.99397766481...	1.41056528165...
2016-06-01	-4.2641572524...	-0.9349035388...	2.38374876822...	0.58878878945...	0.35282297047...
2016-07-01	-4.7984959467...	-0.8825933558...	2.28710309368...	0.77817357809...	-0.1498007567...
2016-08-01	-4.4240157418...	-0.8542643676...	2.44497966194...	0.72866683144...	0.27782600703...
2016-09-01	-3.2847622320...	-0.2629250016...	2.97982004885...	0.10271090399...	1.62308237808...
2016-10-01	-2.62184116375...	-0.50211151194...	3.09004290398...	0.47511300514...	2.28079333397...
2016-11-01	-2.7365547693...	-0.5624221390...	3.10513121588...	0.45597681876...	2.18469114024...
2016-12-01	-3.7312172565...	-0.7974370556...	2.86803278432...	0.47808623366...	1.14526633797...
2017-01-01	-4.3307800895...	-0.4607579379...	2.82318844030...	0.38868426880...	0.62527949002...
2017-02-01	-0.4576686414...	0.21025486898...	-0.1716394799...	0.61434631255...	-0.4286622255...
2017-03-01	-0.1040535454...	0.21892016795...	0.04724783249...	-0.2089760438...	-0.0550866882...
2017-04-01	-0.4886044103...	-0.1871929670...	-0.2205165553...	0.42728994994...	-0.5483884573...
2017-05-01	-0.6912523918...	0.55272557299...	-0.0196329057...	-0.3100425377...	-0.5812601743...
2017-06-01	-1.6187979155...	-0.1886320133...	-0.4785732334...	0.32043217035...	-1.7077438984...
2017-07-01	-1.7878559648...	0.11873275787...	-0.4584377661...	0.28163049508...	-1.81132883598...
2017-08-01	-1.5144522229...	0.23237008428...	-0.3488125396...	0.13882022741...	-1.5034693192...
2017-09-01	-0.49811343536...	0.24321355659...	-0.0926927007...	0.09481707642...	-0.4572776182...
2017-10-01	0.18444871819...	0.39219368601...	0.10303518252...	0.07568078896...	0.27728625536...
2017-11-01	0.28775107162...	0.37362737435...	0.13158553091...	0.03333924706...	0.37956933048...
2017-12-01	-0.5140154655...	0.27084821632...	-0.0666232764...	-0.06181175893...	-0.4657070190...
2018-01-01	-0.9975302093...	0.58346152889...	-0.1049148407...	-0.2078296689...	-0.8897723508...
2018-02-01	-0.0821603849...	0.31356496420...	-0.0335857306...	0.43738367227...	-0.0179707734...
2018-03-01	0.00132788928...	-0.1789473718...	-0.0527813321...	0.13195099463...	-0.0405099864...
2018-04-01	-0.3362567684...	-0.0146180296...	-0.11356058079...	0.18285187159...	-0.3503929436...
2018-05-01	-0.6101850049...	0.24035297622...	-0.0944481858...	-0.0682345608...	-0.5712584125...
2018-06-01	-1.39324087071...	0.09062051422...	-0.3184407661...	-0.0259583461...	-1.4093923055...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2018-07-01	-1.5365129817...	0.30236625559...	-0.3233694855...	0.02429628358...	-1.5090767362...
2018-08-01	-1.6313905210...	0.26298426616...	-0.3510629927...	0.00904056701...	-1.6152201355...
2018-09-01	-0.6403956385...	0.36640633697...	-0.0698340103...	-0.1270409017...	-0.5731314849...
2018-10-01	1.32027268506...	0.71990550050...	0.49045546859...	-0.2534372328...	1.52081548905...
2018-11-01	0.90873670510...	0.33591559053...	0.27532003759...	0.03662579015...	1.00844683514...
2018-12-01	-0.14196461116...	0.76294002780...	0.19986980450...	-0.6126199228...	0.03332236512...
2019-01-01	-0.3510663447...	0.45224721363...	0.01372418406...	-0.11338314399...	-0.2568533452...
2019-02-01	0.65961087318...	0.94877739141...	0.37037244919...	-0.2508177779...	0.89440210823...
2019-03-01	0.29952759378...	0.21088096965...	0.16046998755...	-0.31251735112...	0.35845737257...
2019-04-01	-0.4807025245...	0.48845699830...	0.03786903148...	-0.4216971871...	-0.3785017315...
2019-05-01	-0.5792136837...	0.10906738726...	-0.11898499594...	-0.0146287520...	-0.5697338939...
2019-06-01	-1.3874416268...	0.05073164258...	-0.3178509571...	-0.0656055765...	-1.4120495702...
2019-07-01	-1.5550238654...	0.34794536193...	-0.2975653933...	-0.11449681008...	-1.5163107373...
2019-08-01	-1.5498360544...	-0.0527386050...	-0.4258287346...	0.24751856497...	-1.6054415579...
2019-09-01	-0.16593451140...	0.11606641028...	-0.0324632393...	0.08087315080...	-0.1449177060...
2019-10-01	-0.0746717783...	0.54531278630...	0.12365359075...	-0.2766405446...	0.04963574927...
2019-11-01	0.81656987331...	0.27788857318...	0.24790222146...	0.00283799461...	0.90106136567...
2019-12-01	-0.7472455937...	-0.0373707199...	-0.1998493988...	0.07169173498...	-0.7762585888...
2020-01-01	-1.0545553463...	-0.0812809061...	-0.2575495544...	-0.0843854307...	-1.1000137750...
2020-02-01	-0.0380378451...	0.01007741228...	-0.0290982713...	0.13573460506...	-0.03818811073...
2020-03-01	-0.3375822895...	-0.1689888923...	-0.0583219286...	-0.3387760106...	-0.38121728117...
2020-04-01	-0.94110198612...	-0.1696687695...	-0.2279668033...	-0.1961255552...	-1.0023819808...
2020-05-01	-1.1412925397...	0.18834616516...	-0.1556241872...	-0.5527760750...	-1.1231334329...
2020-06-01	-1.2369882397...	0.15459172107...	-0.18340090501...	-0.56243833711...	-1.2289019438...
2020-07-01	-1.6187472541...	-0.2707245665...	-0.4508813491...	0.05474083403...	-1.7234829634...
2020-08-01	-1.3443394826...	-0.5289939519...	-0.4699449733...	0.30254886802...	-1.5028372216...
2020-09-01	1.06929359855...	0.00528013160...	0.28200669656...	-0.1317983399...	1.10021122591...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2020-10-01	0.86664412470...	0.38020822872...	0.35409922952...	-0.4716381548...	0.98058647279...
2020-11-01	0.25554358281...	0.34992750206...	0.21137008079...	-0.5425053194...	0.34717953187...
2020-12-01	-0.57180112921...	-0.0236623896...	-0.0905443742...	-0.3306505589...	-0.5888462433...
2021-01-01	-1.3043521425...	0.53619598052...	-0.1625653829...	-0.3672418705...	-1.2137510602...
2021-02-01	-0.2640541380...	0.18072852191...	-0.0881732130...	0.35312733904...	-0.2338597008...
2021-03-01	0.32787343157...	0.46265491973...	0.26445711894...	-0.6384445790...	0.44793863068...
2021-04-01	-0.6213652839...	0.23551007006...	-0.0678985383...	-0.2571442175...	-0.5818513614...
2021-05-01	-0.3034365287...	0.20637969359...	-0.00911838275...	-0.17366514511...	-0.2629618960...
2021-06-01	-0.4468406184...	-0.02771157444...	-0.11516475813...	0.00962925977...	-0.4650554242...
2021-07-01	-1.4733426175...	0.03135045265...	-0.3723182410...	0.12311443252...	-1.5065902520...
2021-08-01	-1.5703652176...	0.37172351740...	-0.2714389455...	-0.2749587875...	-1.5249970457...
2021-09-01	-0.0865674153...	0.18038961175...	0.02133951823...	-0.0631770991...	-0.0473831360...
2021-10-01	0.47323988771...	0.39999184773...	0.21422537909...	-0.1723274846...	0.57809511688...
2021-11-01	-0.0137974566...	0.29008982620...	0.07447131752...	-0.1621252236...	0.05317430046...
2021-12-01	-0.7702887705...	0.76938421966...	0.08307566873...	-0.8310807314...	-0.6079084136...
2022-01-01	-0.4631785098...	0.81466656835...	0.14075553514...	-0.6736397156...	-0.2840618185...
2022-02-01	1.92907008346...	0.76602791228...	0.63295037735...	-0.1668243498...	2.15527775065...
2022-03-01	2.25087083134...	0.54677667513...	0.74749779541...	-0.6405065891...	2.44096133189...
2022-04-01	1.69359628823...	0.75649818221...	0.65597376067...	-0.6808092101...	1.91679211723...
2022-05-01	1.42180209136...	0.63178994120...	0.54651223211...	-0.5490027910...	1.60819509274...
2022-06-01	0.04857029309...	0.38959534448...	0.15423189748...	-0.4553023745...	0.14278226955...
2022-07-01	-1.1236990012...	0.23082091286...	-0.2092083093...	-0.1423664568...	-1.0997632447...
2022-08-01	-1.4155581507...	0.16238111255...	-0.2930238014...	-0.1387285515...	-1.4148821822...
2022-09-01	0.97391451434...	0.78109341624...	0.48415737803...	-0.6732451424...	1.18352092996...
2022-10-01	1.36236652242...	0.87711674505...	0.59584083291...	-0.6733543187...	1.60399729235...
2022-11-01	1.83500034264...	0.63934556259...	0.63302575864...	-0.4529476616...	2.03304835944...
2022-12-01	0.19534887967...	0.60047584987...	0.26062147426...	-0.6616669345...	0.34332957347...

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
2023-01-01	-0.0561543287...	0.78294513569...	0.25432786293...	-0.8007197936...	0.12790461020...
2023-02-01	0.78412979923...	-0.0274681284...	0.17118541973...	0.09141097954...	0.79774027133...
2023-03-01	1.30068099810...	-0.0388268198...	0.28625444031...	0.14477867401...	1.32485343045...
2023-04-01	0.24063906914...	0.45244504505...	0.20985422520...	-0.4406088132...	0.35400891165...
2023-05-01	0.43724033554...	0.48411897004...	0.26593752743...	-0.4569021690...	0.56315872665...
2023-06-01	-0.69227119706...	0.11298841232...	-0.1208407558...	-0.1709398658...	-0.6832629201...
2023-07-01	-1.5287723284...	0.16737972020...	-0.2948954948...	-0.2939686106...	-1.5283394234...
2023-08-01	-1.6502294961...	-0.1359247164...	-0.4263965020...	0.00462799738...	-1.7247733735...
2023-09-01	0.09413386851...	0.23968411226...	0.10349245300...	-0.23611328922...	0.15333633986...
2023-10-01	0.90369546864...	0.65384728640...	0.43128501798...	-0.5917366427...	1.08179464256...
2023-11-01	0.43724033554...	0.48411897004...	0.26593752743...	-0.4569021690...	0.56315872665...
2023-12-01	-0.5727055276...	0.79430382714...	0.13925884235...	-0.85408748811...	-0.3992085489...

(c) 2024 - 2025 Diomar Anez & Dimar Anez

Contacto: SOLIDUM & WISE CONNEX

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

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Solidum Producciones

INFORMES DE LA SERIE SOBRE HERRAMIENTAS GERENCIALES

Basados en la base de datos de GOOGLE TRENDS

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

Basados en la base de datos de GOOGLE BOOKS NGRAM

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

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

Basados en la base de datos de CROSSREF.ORG

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

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

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

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

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

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

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

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

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

INFORMES DE LA SERIE SOBRE HERRAMIENTAS GERENCIALES

Basados en la CONVERGENCIA DE TENDENCIAS Y CORRELACIONES DE MÉTRICAS

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

