

# Reimaginar el servicio de atención al cliente para satisfacer las nuevas expectativas de los clientes

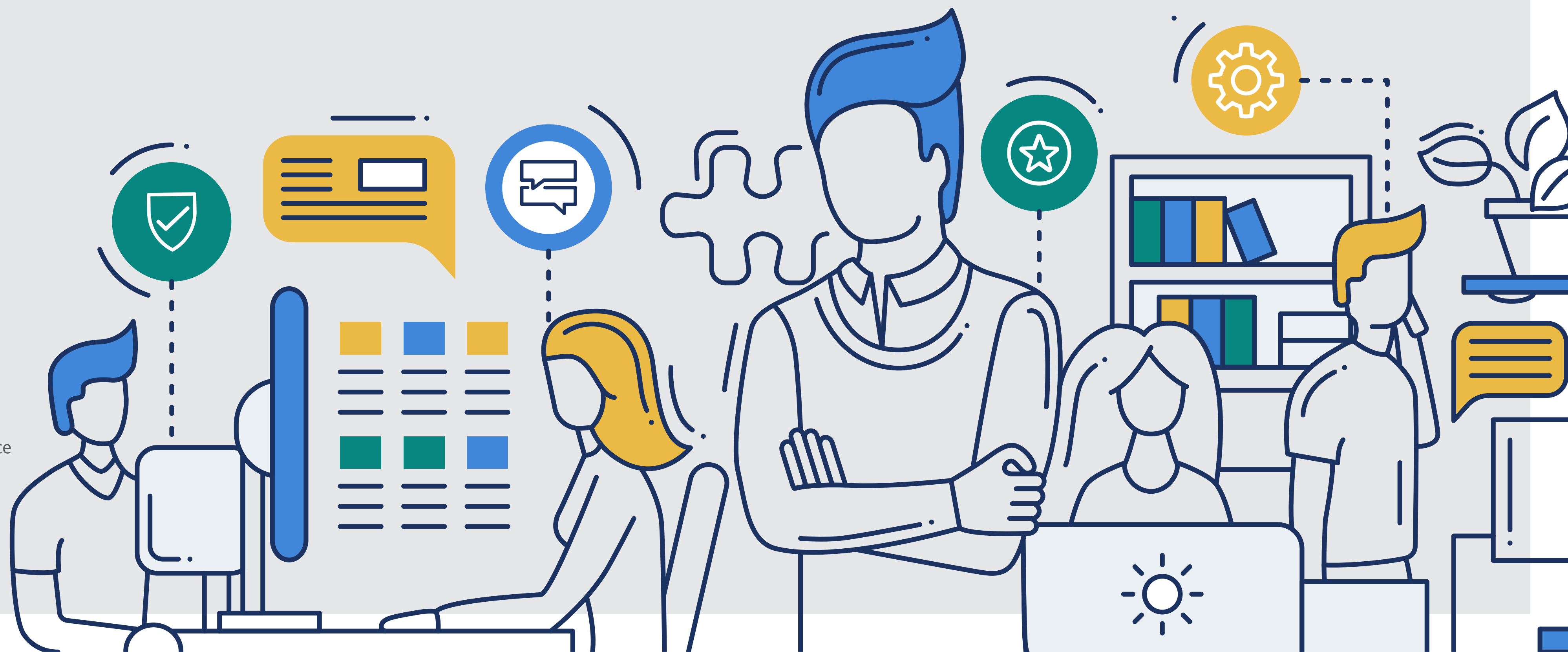
Septiembre 2020

Autores:  
Gerry Brown  
Mark Yates  
Isabel Tovar

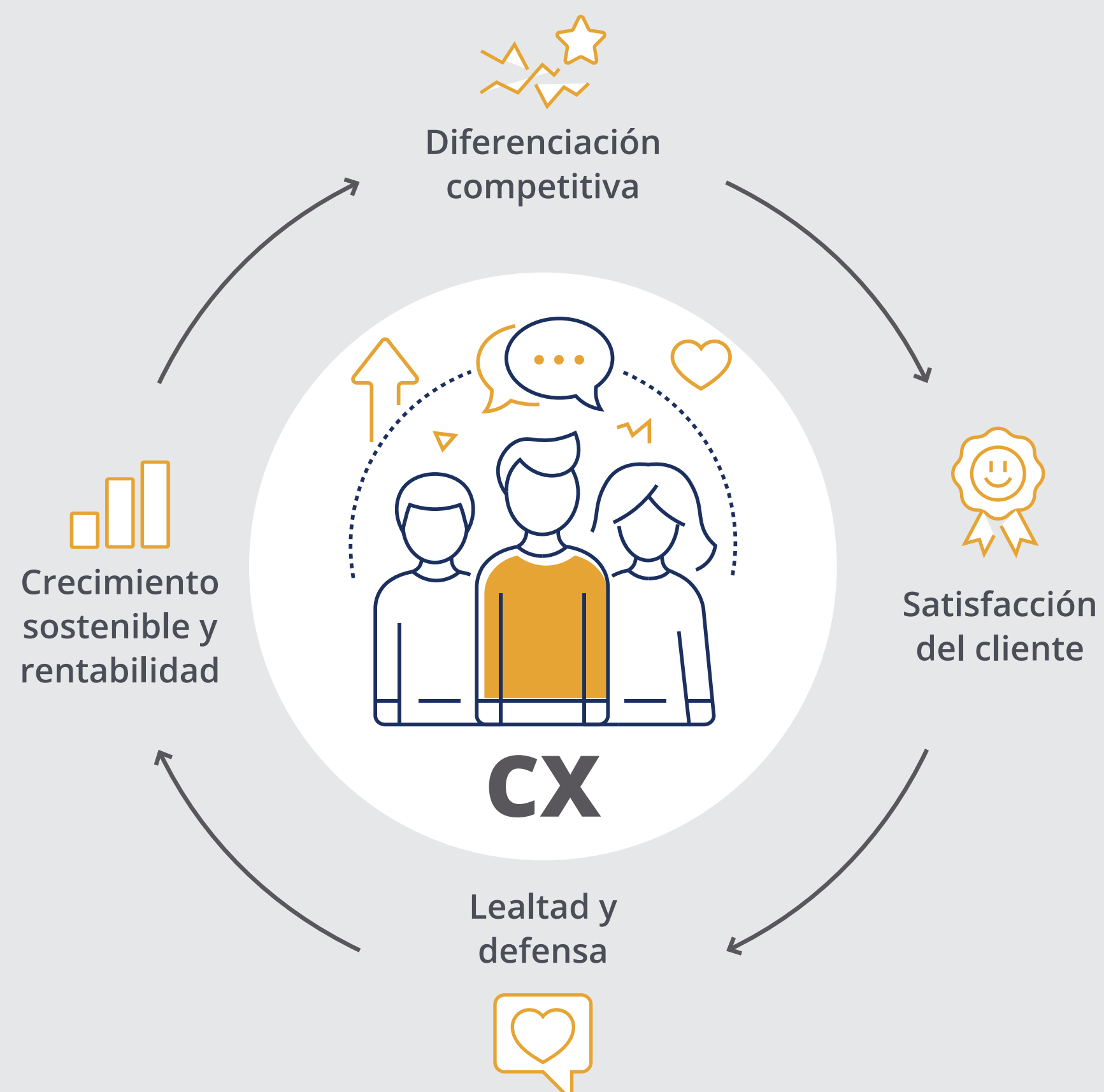
IDC #EUR146747520ES

InfoBrief de IDC patrocinado por Salesforce

 **salesforce**



# La experiencia del cliente permite modelos de negocio sostenibles y resistentes



**La economía de la experiencia está sobre nosotros.** En la oferta, el 90% de los directivos de los proveedores en España reconocen CX como un tema prioritario en sus agendas y como un diferenciador competitivo clave. En la demanda, más del 80% de los consumidores pagarán por una mejor experiencia, y están más satisfechos, son más leales y es probable que lo recomienden.

Más del 80% de los directivos reconocen CX como su medida de rendimiento estratégico más importante en España. Las marcas en declive ponen sus propios intereses internos en primer lugar. **La priorización de CX continuará, pero de forma más rápida y agresiva** a medida que las expectativas de los clientes aumenten y las presiones de la competencia global se acumulen.

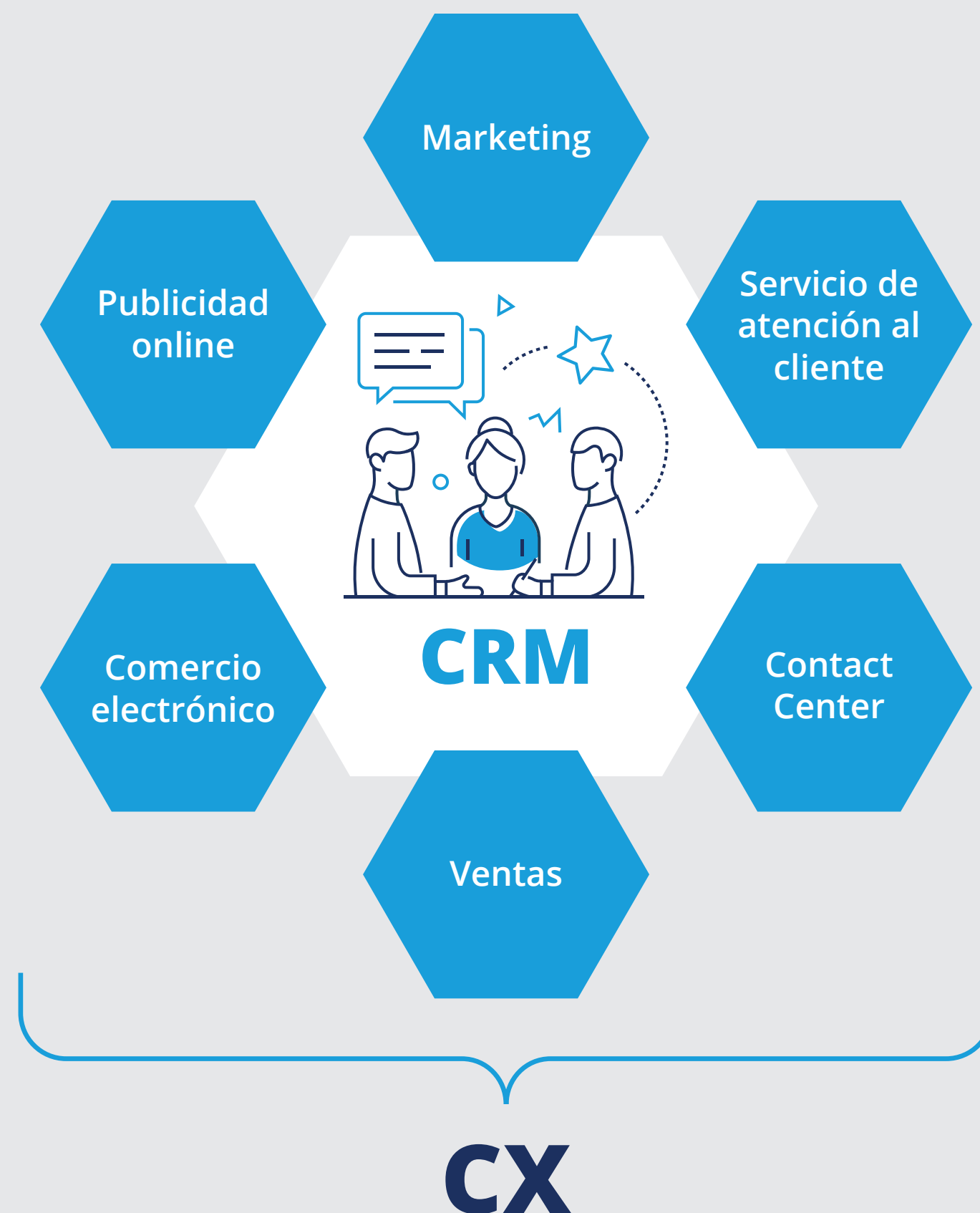
**Las empresas necesitan centrarse en el cliente y en la empatía a escala** para una mayor agilidad e innovación en el punto de necesidad del cliente. La prioridad clave es que las operaciones de servicio de atención al cliente garanticen la retención de los clientes.

**El servicio de atención al cliente ha sido “el departamento de la cenicienta”** – con escasa financiación y poco automatizado, basado en procesos y prácticas históricas. El servicio de atención al cliente debe ser el centro de la empresa para el CX. **El primer imperativo empresarial clave es combinar holísticamente el servicio de atención al cliente con las operaciones del contact center.**

Este documento proporciona una visión basada en datos y consejos prácticos sobre cómo transformar el servicio de atención al cliente y las operaciones del contact center en fuentes de valor para el cliente. Esto es especialmente relevante dado el actual entorno económico mundial altamente desafiante que está obligando a las empresas a reenfocar y reimaginar sus estrategias de servicios. Esperamos que les sea una lectura agradable, útil y valiosa.

Fuente: IDC EMEA CX Survey 2018

# El CRM necesita centrarse más en el cliente



Sólo el 10% de las empresas españolas tienen acceso a una “vista única de datos de clientes” completa que abarca todos los encuentros con clientes de marketing / ventas / servicios

El 89% de los compradores dicen que la comunicación personalizada les hace sentir que los vendedores se preocupan por ellos. Disponer de programas de experiencia de cliente es la segunda prioridad de inversión de la empresa española y en ella, el CRM es el elemento capital para lograrlo

Sólo 1/4 de los departamentos de atención al cliente europeos tienen acceso completo a los prospectos de marketing y registros de datos de clientes, y sólo el 20% tiene una integración completa con las herramientas digitales de marketing.

Las aplicaciones de gestión de relaciones con los clientes (**CRM**) han demostrado ser muy exitosas para la gestión de los recursos internos y las interacciones con los clientes. Ahora **deben ser reorientadas para que también ofrezcan un excelente CX.**

Los clientes del CRM necesitan unificar sus datos del CRM y herramientas digitales para obtener una única y completa vista de 360 grados del cliente. Las comunicaciones personalizadas contextualmente relevantes mejoran significativamente las experiencias de los clientes y hacen que los clientes se sientan realmente atendidos.

Los departamentos de adquisición de clientes de marketing, publicidad online, ventas y comercio electrónico suelen compartir los datos de los clientes. El servicio de atención al cliente y el contact center, con un enfoque en la retención de clientes, tienen menos acceso a estos datos.

**El servicio de atención al cliente y el contact center necesitan primero combinar sus propias operaciones y luego cerrar la brecha con los cuatro dominios del CRM más tradicionales.**

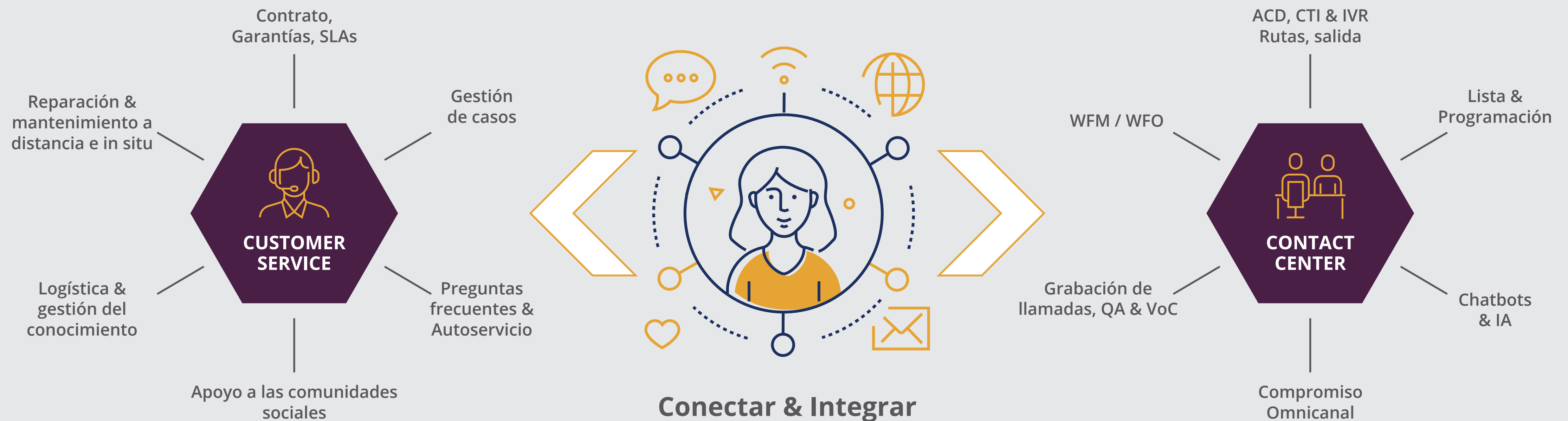
La colaboración entre departamentos es necesaria para orquestar un compromiso holístico y emocionalmente inteligente con los clientes. La intimidad con el cliente y la excelencia operativa que ofrece una lealtad y defensa del cliente de por vida sólo se consigue cuando todos los dominios del CRM trabajan juntos como un solo equipo.

Fuente: European CX Survey 2018 N = 300; IDC IT Buyer Experience Survey 2019 N= 350



# El servicio de atención al cliente debe mezclarse con las operaciones del contact center

El contact center es la puerta de entrada del cliente a las operaciones del servicio de atención al cliente. Mientras que el contact center está centrado en las telecomunicaciones y la tecnología, el servicio de atención al cliente es una mezcla de software y activos y procesos físicos. La combinación de datos del contact center y del servicio de atención al cliente es la fuente más rica de información de los clientes de la empresa. Sin embargo, las sinergias entre los contact centers y el servicio de atención al cliente a menudo no se explotan. Los accesorios de la telefonía convencional no están proporcionando experiencias de servicio transformadoras.



Valor  
obtenido:



La combinación del servicio de atención al cliente y los contact centers **permite una mejor colaboración de la fuerza de trabajo y una mayor eficiencia y sinergia operativa.**



El software CRM combinado con la telefonía **ofrece mejores experiencias de usuario y CX utilizando escritorios de agentes unificados impulsados por capacidades de software avanzadas** para proporcionar vistas en tiempo real de los requisitos de los clientes.

# Fuerzas impulsoras de la adopción del servicio de atención al cliente de la “Próxima Generación”

<b>Político y Jurídico</b>		<b>Las industrias reguladas</b> deben ofrecer mayores niveles de servicio y transparencia. GDPR requiere la privacidad de los datos para todas las industrias.
<b>Económico</b>		La caída de los ingresos relacionados con <b>la COVID</b> y la pérdida de puestos de trabajo y la inminente recesión requieren una eficiencia de costes y un mayor retorno de la inversión en las operaciones del Servicio.
<b>Social</b>		La “ <b>nueva normalidad</b> ” exige niveles más altos de excelencia en el servicio de atención al cliente digital y en la confianza del cliente.
<b>Tecnológico</b>		<b>Chatbots / IA</b> se mezclará con la nueva tecnología de reconocimiento de voz, PNL y análisis de sentimientos para transformar las experiencias de servicio.
<b>Ambiental</b>		Las políticas <b>ESG / verdes</b> , ampliadas por la COVID, necesitan reducir las emisiones a través de los servicios digitales.



” Con Salesforce, podemos adaptar nuestros procesos y capacitar a nuestra gente para responder rápidamente a las condiciones cambiantes del mercado. Nos permite estar disponibles para nuestros clientes cuando más nos necesitan.

**Michael Lambert**  
Analytics Manager,  
Aegon UK

**AEGON**

”

Las empresas deben estar conectadas a la Voz del Cliente (VoC)

La retención de clientes es clave para la supervivencia del negocio

Puntos clave:



Las capacidades de desarrollo de software para impulsar la **innovación de experiencias** es la mayor prioridad para las empresas en España en un 48% de los casos.



Un 26% de las organizaciones en España están enfocando el **gasto de TI** en proyectos de innovación que permitan mejorar la atención al cliente.



Los programas de datos para obtener **información sobre productos y servicios** es la segunda prioridad para las empresas en España en un 38% de los casos.

Fuente: IDC's CEO Priorities Survey, February 2020 N = 102; IDC IT Buyer Experience Survey 2019 N= 350; IDC EMEA, COVID-19 Impact Survey, September 2020 N = 280, Spain = 50



# Ofrecer mejores Experiencias Emocionales a los Clientes

Contactar con los Contact centers es fastidioso. Los clientes esperan largas llamadas en espera, enrutamiento impreciso y falta de resolución de problemas. Los clientes tienen un problema que afecta a sus emociones y que necesita ser arreglado. La entrega de acciones correctivas precisas y oportunas a través de agentes de servicio responsables, conocedores y empáticos, crea un valioso vínculo emocional entre el proveedor y el cliente basado en un servicio excepcional.



## RESULTADOS DE LOS CLIENTES

- ✓ Satisfacción
- ✓ Relación
- ✓ Experiencia sin esfuerzo
- ✓ Promoción
- ✓ Elación
- ✓ Buena compra
- ✓ Lealtad a la marca
- ✓ Valor por el dinero
- ✓ Confianza en la marca
- ✓ Dominio del problema
- ✓ Fiabilidad
- ✓ Soporte

”

Hemos cambiado las reglas del servicio de atención al cliente. No queremos dar al cliente sólo la resolución del problema; queremos darles una respuesta genuina y una experiencia personalizada que puedan recordar.

**Claire Carroll**  
Head of Sales and Service



”

# Ofrecer mejores Experiencias de los Agentes del Servicio de Atención al Cliente

Los agentes del servicio de atención al cliente promulgan una serie de flujos de trabajo o viajes de los clientes durante su jornada laboral. El éxito de estos viajes afecta a su salud, bienestar mental y sentido de pertenencia; pero lo más importante es la energía y el entusiasmo con que se relacionan con los clientes. La satisfacción y la lealtad de los clientes se correlacionan directamente con la calidad del compromiso y la atención del agente.



## RESULTADOS DEL AGENTE

- ✓ Entregó la solución
- ✓ Cumplió con el objetivo
- ✓ Atención al cliente
- ✓ Satisfacción del cliente
- ✓ Sentimientos de autoestima
- ✓ Competencia
- ✓ Desarrollo personal
- ✓ Satisfacción del empleado
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Contribución
- ✓ Embajador de la marca
- ✓ Orgullo
- ✓ Actuación
- ✓ Lealtad

”

Le hemos dado la vuelta al concepto de contact center; nuestros asesores no sólo responden a las preguntas, sino que detectan oportunidades, comparten conocimientos, construyen relaciones. Se han convertido en el puesto de escucha del negocio.

**Claire Carroll**  
Head of Sales and Service



”



# Ofrecer mejores Experiencias de Gestión de los Supervisores

Los supervisores se aseguran de mejorar la calidad del servicio y sacar el máximo beneficio de los recursos. Una de las funciones esenciales del supervisor es hacer el seguimiento a la experiencia del cliente, mediante funciones digitales que le permiten conocer cómo se comportan el agente y el usuario. Contar con soluciones de TI que incluyan todas las herramientas necesarias para la gestión del supervisor es sin duda un **elemento diferenciador**



## RESULTADOS DEL SUPERVISOR

- ✓ Alto rendimiento sostenido
- ✓ Insights de la opinion del cliente (VoC)
- ✓ Aumento de la satisfacción del cliente & NPS
- ✓ Retención de clientes
- ✓ Oportunidades de Mejora
- ✓ Bajo desgaste de los agentes
- ✓ Buen trabajo en equipo / moral
- ✓ Cultura de calidad
- ✓ Control de costes
- ✓ Centro de excelencia

”

En los últimos 12 meses, hemos obtenido una alta calificación desde el punto de vista de la moral, la felicidad y la experiencia del cliente, y lo atribuimos al trabajo con Salesforce.

**Gareth Hobson**

Head of B2B customer Experience Operations,  
Samsung Electronics UK & Ireland

**SAMSUNG**

”



# El monitoreo digital desde una sola pantalla es crítico para los supervisores de los Call Centers - especialmente en la nueva normalidad

Los gerentes y supervisores deben estar equipados con tableros integrados para vigilar eficazmente el tráfico y la actividad de los call centers, desarrollar sesiones de capacitación y retroalimentación, y poner dar apoyo e intervenir en llamadas en tiempo real. Con el trabajo a distancia como parte de la era post-COVID, es fundamental que el tablero de mandos sea fácil de usar en las pantallas de los portátiles y smartphones.

La Pandemia ha causado que las organizaciones de servicios digitales consideren mejorar ciertos aspectos de su estrategia, como interiorizar el impacto a corto plazo y prepararse para la innovación en un escenario de optimismo, aprovechando las oportunidades de la nueva normalidad para acelerar la transformación digital de nuestros negocios.

**Alvaro Gómez**  
Country Manager Spain, Elogia



**70%** de los usuarios Españoles espera poder resolver sus consultas a través de canales digitales

**CALL CENTERS**

**40%** De la plantilla de los Contact Center en España ya esta teletrabajando

**36%** dicen que el entrenamiento no está a la altura de la tecnología

**AGENTES**

**52%** de las empresas españolas amplían el trabajo desde casa

**LLAMADAS**



Cuadros de mando en tiempo real para el monitoreo y análisis de las actividades omnicanal



Evaluación continua del agente, entrenamiento e instrumentos de capacitación que permiten la integración con el trabajo



El análisis de llamadas en tiempo real y herramientas que aumentan la participación de los agentes y la sensación de recibir apoyo

Fuente: IDC EMEA, COVID-19 Impact Survey Europe, Internal, Wave 5: 18-25 May 2020 (n=504); IDC EMEA, Future of Work 2020, March 2020 (n=250); IDC European IT Buyer Sentiment Survey — Wave 4, May 11-15, 2020 (n=736)

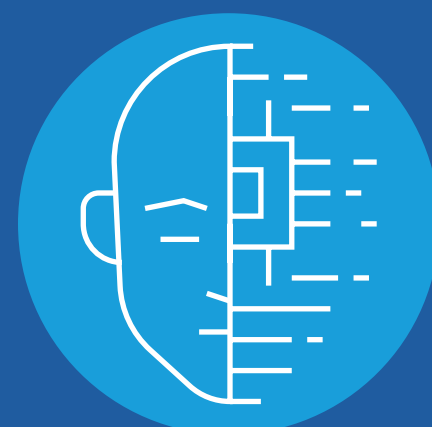
# Los módulos de IA alimentan las consolas de agentes unificadas para mejorar el compromiso de los agentes con los clientes

La IA ya es usada ampliamente para la participación de los clientes. Las recomendaciones que recibimos en los sitios de venta al por menor y de streaming son a menudo impulsadas por la IA. Los bancos utilizan la IA para personalizar las experiencias en la web y las aplicaciones móviles. Los chatbots impulsados por IA pueden ayudar a los clientes a resolver rápidamente los problemas básicos. En los contact centers, la IA puede proporcionar a los agentes el estado de ánimo de la persona que llama, indicaciones personalizadas para charlar y sugerencias de venta, permitiendo conexiones emocionales y una resolución más rápida de las llamadas. Además, la IA puede ser fácil, ya que los sistemas integrados vienen cada vez con más opciones integradas y modulares..

## Grandes inversiones en IA y contact centers por todas partes

73,4 M € en plataformas de IA

Previsión del gasto español en 2024.



58,7 M € en aplicaciones del CC

Previsión del gasto español en 2024.



## Las empresas están recurriendo a la IA para enriquecer el servicio al cliente

### IA & Clientes:

la mayoría de las empresas españolas han desplegado o planean desplegar motores de recomendación (52%) y/o automatización de procesos inteligentes (61%) - herramientas que los agentes de los contact centers pueden utilizar para mejorar los compromisos..



### Alto crecimiento: +31%

Promedio de crecimiento anual del gasto previsto para España en soluciones y herramientas de IA centradas en el cliente desde 2019 hasta 2023.



”

Actualmente la resolución de la llamada en nuestro primer contacto es del 98%: casi todos los problemas se resuelven la primera vez que un cliente se pone en contacto. Le decimos a nuestros agentes que se tomen el tiempo que sea necesario. Si el cliente siente que ha tenido una experiencia fantástica, repetirá

**SAMSUNG**

**Gareth Hobson**

Head of B2B Customer Experience Operations,  
Samsung Electronics UK & Ireland

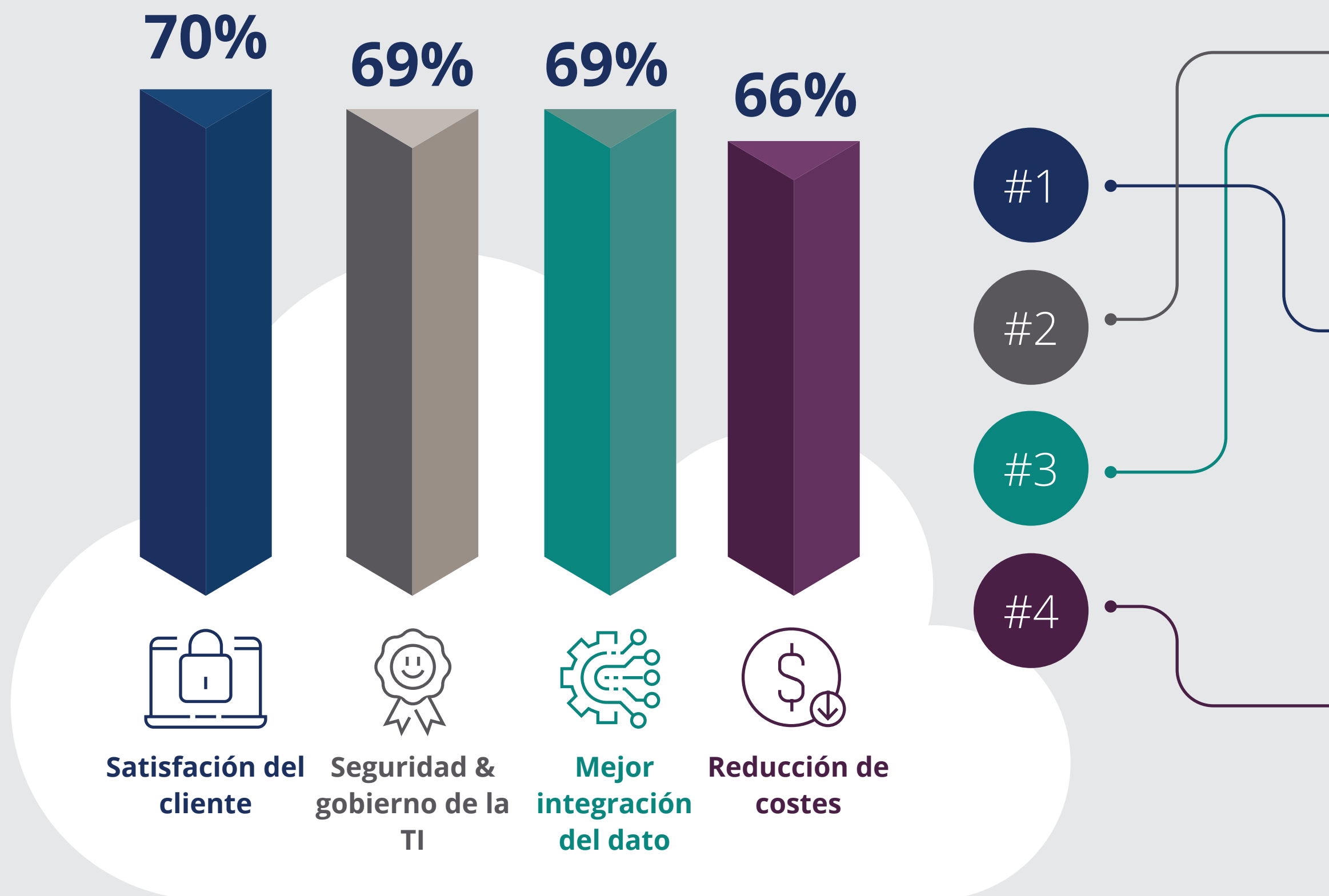
”

Fuente: IDC Semiannual Software Tracker, 2020; IDC Western Europe AI Survey, 2019; n=604; IDC Worldwide Artificial Intelligence Spending Guide, 2019H1



# Cloud permite una mayor satisfacción del cliente

Los cuatro principales beneficios comerciales tangibles de los servicios de plataforma de nube/ PaaS en Europa que alimentan CX



Los agentes habilitados de contact centers que pueden trabajar desde cualquier lugar -en casa o en la oficina- tienen más probabilidades de contribuir significativamente a la satisfacción y la experiencia de los clientes. La nube permite esta flexibilidad lo que ayuda a explicar por qué el 51% del gasto en TI en España en aplicaciones de contact centers serán en la nube en 2024.

Las actualizaciones continuas, la homogeneidad, la seguridad por diseño, los cambios eficientes en las arquitecturas y los sistemas “siempre” conformes contribuyen a la seguridad, un ingrediente esencial para generar confianza.

Además de la flexibilidad basada en módulos la habilitación de la oficina en el hogar para los agentes y la rápida ampliación estacional - algo esencial para los contact centers - las soluciones basadas en cloud también reducen los gastos generales físicos y liberan al personal para que se concentre en tareas de mayor nivel.

“ Sabíamos que nuestros agentes podrían apoyar a los clientes mucho mejor si podían hacer cambios en el sistema. Con Service Cloud, esto se hizo realidad.

**Gary Skeels**  
Head of B2B Customer Experience Development,  
Samsung Electronics UK & Ireland

**SAMSUNG** ”

Fuente: EMEA IT Services Survey, 2019; n=665 (excluye Rusia)

# Las plataformas de cloud única ayudan a los contact centers a superar los principales retos tecnológicos

Los problemas de la informática son uno de los principales desafíos que enfrentan las empresas europeas para tener un call center efectivo. Esto no sorprende dado que el Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI) de la Comisión Europea para 2020, dice que sólo

## DESAFÍOS TECNOLÓGICOS COMUNES

- Seguridad & cumplimiento
- La tecnología gira en torno a acontecimientos extremos (por ejemplo, COVID)
- Sistemas de clientes, conjuntos de datos y sistemas de conocimiento en silos
- Falta de consistencia en compromisos complejos, basados en información
- Acceso limitado de los agentes a los activos de ventas y comercialización y a los datos de los clientes relacionados con ellos



alrededor del 1/4 de las empresas europeas operan con un nivel de intensidad digital alto o muy alto. Esto crea una tremenda oportunidad para que las empresas se adelanten a la curva desplegando una única plataforma para sus call centers.

## SOLUCIÓN DE PLATAFORMA

- Arquitectura - ampliaciones y mejoras
- Plataforma modular de código bajo y no-código para una rápida rearquitectura
- Totalmente integrado con el enfoque de la API para acceder a datos de terceros
- Estandarización de procesos y de la interfaz de usuario con capas de datos comunes; ajustes dinámicos de tipo de llamada para activar los flujos pertinentes
- Cuadros de mando fáciles de usar para las campañas, los datos y los activos

**59%** de las empresas españolas planean trasladar las aplicaciones de cara al cliente a PaaS o sustituirlas por SaaS

**25%** Sólo una de cada cuatro empresas europeas opera con una intensidad digital alta o muy alta

**34%** de las empresas europeas dicen que la recopilación y selección de datos útiles es un gran desafío para CX

Fuente: IDC EMEA, COVID-19 Impact Survey Europe, Internal, Wave 5: 18-25 May 2020; n=730 IDC European Tech and Industry Pulse Survey, 2019-2020, Dec 2019 (n = 2,793)



# La próxima mejor acción: una tecnología que cambia el juego

Las empresas con visión de futuro aprovechan los sistemas integrados y la innovación de vanguardia para obtener una ventaja competitiva. El análisis de transcripción en tiempo real predice y alerta a los agentes sobre las necesidades de los clientes, generando las mejores recomendaciones de acción que pueden aumentar las ventas, impulsar la productividad y satisfacer a los clientes. Sin embargo, más de un tercio de las empresas europeas todavía no han implementado la NBA en la gestión de los viajes de sus clientes..



NLP transcribe  
llamadas en  
tiempo real



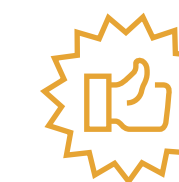
IA + analítica analiza  
la transcripción



Próxima mejor  
acción sugerida



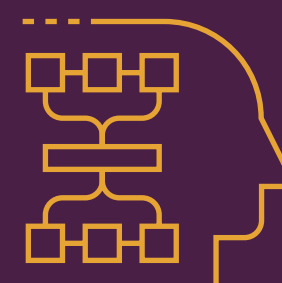
Recomendaciones  
para el cliente



Datos del cliente y fundación CRM

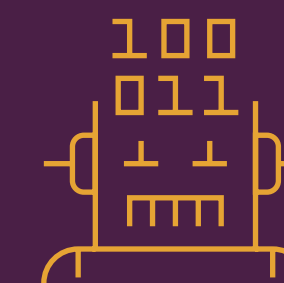
56%

De las empresas con BI/  
analítica ya usan consultas  
en lenguaje natural



43%

Aceptan siempre las  
recomendaciones  
generadas por la máquina



50%

Aceptan siempre las recomendaciones de  
la máquina si el software fue actualizado  
en los últimos 6 meses

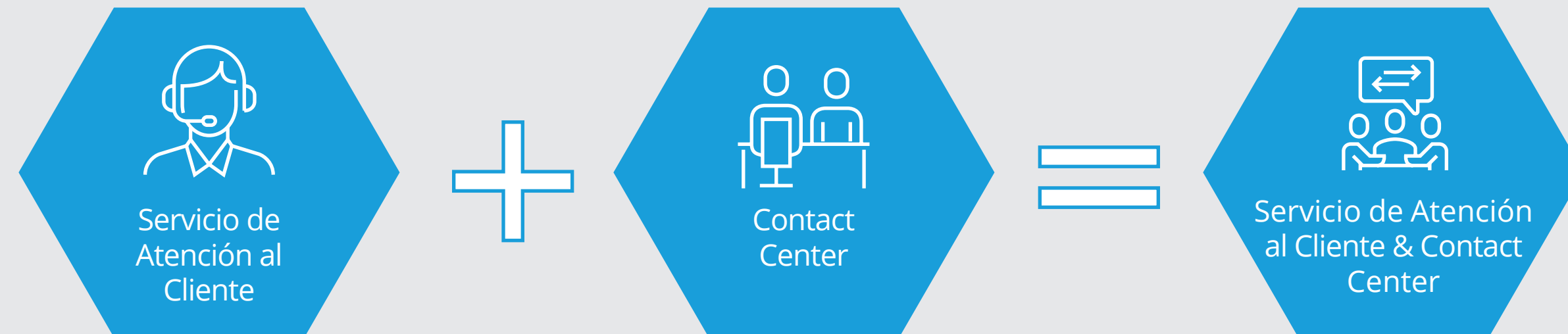


Fuente: Business Intelligence End User Survey, IDC, February 2020; n=295

# Plan estratégico de 3 pasos para mejorar el CX

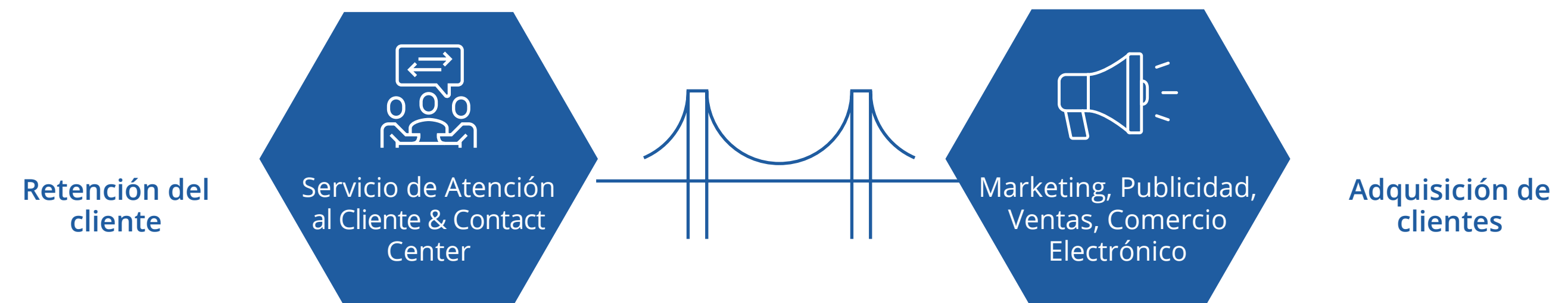
1

**Combinar** las operaciones de servicio al cliente con las del contact center



2

**Cerrar** la brecha con una plataforma CRM integrada



3

**Combinar** todos los módulos de CRM y otras aplicaciones empresariales en una potente solución CX inteligente basada en la nube



- CX hub centralizado
- Vista complete del cliente
- Todos los puntos de contacto del cliente
- Integrado
- En tiempo real
- Inteligente
- Holístico
- Ágil
- Resistente



# La integración es fundamental para la transformación del servicio de atención al cliente y el éxito del CX en la nueva normalidad

## Prepárese para la nueva normalidad digital

- La experiencia del cliente es ahora el principal diferenciador del negocio; los contact centers juegan un papel definitivo
- La transformación digital, la crisis de la COVID, las regulaciones y la economía están forzando a repensar cómo hacer CX
- Las empresas deben esforzarse por tener CX totalmente integrado que unifique contact centers, servicio de atención al cliente, ventas, marketing, comercio electrónico y publicidad online

## Trazar soluciones a las necesidades de los interesados

- Los clientes necesitan opciones que garanticen la continuidad de su operación, con entornos de contingencia que permitan el teletrabajo de manera segura, con todas las garantías de calidad y asegurando el nivel de servicio
- Las empresas que ganarán serán aquellas que interactúen con sus clientes en un nivel más personalizado y comprendan la creciente importancia de acceder a los datos con mayor velocidad

## Aproveche la tecnología de vanguardia para optimizar sus call centers

- Desplegar ágilmente entornos cloud seguros, utilizando diferentes tecnologías de virtualización
- La IA automatiza los procesos, informa a los chatbots y mejora la eficiencia y la eficacia
- El análisis derivado del "Next Best Action" permite a los agentes predecir los requisitos del cliente con rapidez y calidad



# Sobre Salesforce

salesforce

## Service Cloud

Con Customer 360 Service, las empresas pueden ofrecer un servicio personal a escala con una visión completa del cliente. Pueden dotar a los agentes con inteligencia y herramientas como recomendaciones impulsadas por la IA, automatización y capacitación, para que puedan centrarse en la construcción y el fomento de las relaciones. Al unir Service Cloud Console, la telefonía inteligente, Einstein for Service y los canales digitales, Service Cloud transforma el contact center..



Gestionar el soporte al cliente en todos los canales

**¡MIRA LA DEMO!**

<https://www.salesforce.com/eu/form/conf/service-cloud/service-cloud-voice-demo>

## Service Cloud Voice

Ahora estamos llevando Service Cloud al siguiente nivel con el lanzamiento de Service Cloud Voice, que ofrece telefonía inteligente, integrada de forma nativa en la consola de Salesforce. Las compañías pueden ahora digitalizar la voz para habilitar las capacidades de la IA, reduciendo significativamente el tiempo y el coste al tiempo que mejoran la experiencia del cliente.



Resolver casos telefónicos de forma más rápida e inteligente

**¡MIRA LA DEMO!**

<https://sforce.co/2ZSVDNj>

## Salesforce

En Salesforce, creemos que todo debe centrarse en el cliente. De esta forma, sus ventas, servicios, marketing, comercio, aplicaciones personalizadas, análisis y todo lo que hace se centra en las necesidades del cliente. Y con una única fuente de verdad y un perfil unificado en todos los puntos de contacto con el cliente, puede ofrecer experiencias inteligentes y personalizadas a lo largo de todo el trayecto del cliente y construir relaciones duraderas y de confianza.



Conecta con tus clientes de una forma totalmente nueva

**¡APRENDE CÓMO!**

<https://sforce.co/3eWvscS>



**Para más información, por favor visite:**

<https://www.salesforce.com/eu/products/service-cloud/overview/>



# Acerca de IDC



International Data Corporation (IDC) es el principal proveedor mundial de inteligencia de mercado, servicios de asesoría y eventos para mercados de tecnología de información, telecomunicaciones y tecnología de consumo. IDC ayuda a profesionales de TI, ejecutivos de empresas y a la comunidad de inversores a tomar decisiones sobre la compra de tecnologías y la estrategia empresarial. Más de 1100 analistas de IDC proporcionan sus conocimientos especializados a nivel mundial, regional y local sobre tecnología u oportunidades del sector, así como sobre tendencias en más de 110 países de todo el mundo. Durante 50 años, IDC ha proporcionado conocimientos estratégicos para ayudar a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos empresariales clave. IDC es una filial de IDG, la compañía líder mundial en medios de comunicación, investigación y eventos sobre tecnología de la información.

## IDC UK

5th Floor, Ealing Cross,  
85 Uxbridge Road  
London  
W5 5TH, Reino Unido  
44.208.987.7100  
Twitter: @IDC  
idc-community.com  
www.idc.com

## Derechos de autor y restricciones

La publicación externa de información y datos de IDC que incluyan cualquier información de IDC que se vaya a utilizar con fines publicitarios, en notas de prensa u otro tipo de publicación requiere la aprobación previa por escrito de IDC. Para solicitar un permiso, póngase en contacto con la línea de información de Custom Solutions en el número 508-988-7610 o en la dirección [permissions@idc.com](mailto:permissions@idc.com). La traducción y/o localización de este documento requiere una licencia adicional de IDC. Para obtener más información sobre IDC, visite [www.idc.com](http://www.idc.com). Para obtener más información sobre IDC Custom Solutions, visite [http://www.idc.com/prodserv/custom\\_solutions/index.jsp](http://www.idc.com/prodserv/custom_solutions/index.jsp).

Sede internacional: 5 Speen Street Framingham, MA 01701 (EE. UU.) T.508.872.8200 F.508.935.4015 [www.idc.com](http://www.idc.com).

Derechos de autor: IDC, 2020. Queda prohibida la reproducción de esta publicación sin autorización. Todos los derechos reservados.