



Conoce las mejores experiencias prácticas  
en la guerra por la permanencia

# Retención de Clientes 2011

## Asegure su fidelidad al menor coste

**15** Expertos

**6** Experiencias prácticas

¡Aprende de los mejores!

LABORATORIOS FARMACEUTICOS ROVI

FIAT GROUP AUTOMOBILES SPAIN

ONO

VOLVO ESPAÑA

IBERDROLA

TELEFONICA ESPAÑA

ORANGE

BNP Paribas Wealth Management

VODAFONE ESPAÑA

EL CORTE INGLES

UNICA Iberia, an IBM Company

INVERDIS

ATRAPALO.COM

TNT

La crisis ha dado un giro de 180° al panorama actual

- > Los **programas** de fidelización han fracasado
- > Se ha multiplicado la **huida** de clientes
- > Las **rebajas** y **premios** por sí solos **ino funcionan!**

Recupera la confianza de tus clientes y haz de ellos  
tus mejores "embajadores"

- > Aprende a **escucharles** y a **entenderles**
- > Descubre cómo **comunicar** los **valores adecuados**
- > Conoce el poder de la **interactividad**

**Panel de Expertos**

"EN BUSCA DEL CLIENTE PERDIDO"

Cómo evitar la fuga de clientes y  
recuperar su confianza

Madrid, 24 de Febrero de 2011

Hotel Confortel Atrium

El encuentro de referencia que los  
equipos de marketing, ventas y  
atención al cliente esperan cada año

¡Inscríbese ahora!

902 12 10 15

inscrip@iir.es • www.iir.es

Gold Sponsor



Platinum Sponsor



iiR España te ofrece la mejor oportunidad para ver de cerca qué están haciendo las empresas para evitar la huída de clientes

## PROGRAMA

**9.00**

Recepción de los asistentes

**9.15**

Inicio de la Sesión

Jornada de mañana moderada por:

**Juan López Oriza**

Director de Marketing

**LABORATORIOS FARMACEUTICOS ROVI**

**PANEL DE EXPERTOS  
"EN BUSCA DEL CLIENTE  
PERDIDO": Cómo evitar la fuga de  
clientes y recuperar su confianza**

En un momento en el que, más que nunca, "un cliente es un tesoro", nos encontramos con que éste es cada vez más incrédulo y selectivo. La huída de clientes es un hecho y hemos de luchar para recuperar su confianza pero, ¿cómo conseguimos una lealtad duradera?, ¿la interactividad es la respuesta?, ¿dónde está el límite? En esta sesión contaremos con la presencia de profesionales en activo que aportarán algunas de las claves a través de su propia experiencia.

- ¿A qué nos enfrentamos?: una mirada al perfil del consumidor actual. ¿Qué segmento es más fiel?, ¿a quién debemos dirigir más nuestros esfuerzos?

- ¿Por qué se fugan los clientes?, ¿cuáles son las principales causas que motivan su deserción?

- Hacia una perfecta estructuración de nuestra cartera de clientes: cómo detectar sus diferentes necesidades, incluso si pertenecen a un mismo segmento

- Premios e incentivos sí, pero ¿cuándo y cómo?

- Cómo conseguir que una compra hoy no se pierda mañana

- ¿Es siempre un acierto invertir en sofisticados avances tecnológicos?, ¿cuándo lo es?

- ¿En qué consiste realmente el marketing relacional?, ¿vale siempre y para todas las acciones?, ¿cómo implicamos a toda la empresa?

**Juan Luis Miranda Luque**

CRM - Customer Experience Manager  
**FIAT GROUP AUTOMOBILES SPAIN**

**Ana Iglesias**

Gerente de Fidelización y Retención  
**ONO**

**Jorge Moreno de Matías**

Jefe de Area Comercial  
**VOLVO ESPAÑA**

**José Carlos Villalvilla Heras**

Director de Marketing y Ecoeficiencia  
**IBERDROLA**

**Julián Soler Esteban**

Jefe del Centro de Gestión de Clientes -  
Grandes Empresas  
**TELEFONICA ESPAÑA**

**Carlos Alvarez-Novoa Iglesias**

Director de Fidelización y Gestión de  
Cartera de Clientes - Móvil residencial  
**ORANGE**

**11.00**

Coloquio

**11.15**

Café

**11.45**

**La experiencia práctica de BNP Paribas  
Wealth Management**

**Nuevas técnicas para hacer frente a la  
"hiperfragmentación" del mercado: el  
poder de una buena segmentación**

- Cómo aproximarnos lo más posible a las nuevas motivaciones de nuestros clientes sin caer en generalidades

- Selección y mix eficaz de variables de segmentación

**Belén González Ezquerro**

Responsable de Marketing y Desarrollo  
**BNP Paribas Wealth Management**

**12.30**

**La experiencia práctica de Vodafone  
España**

**La gestión del valor en los planes de  
fidelización**

- La gestión aspiracional de un programa de fidelización

- La importancia de personalizar las acciones para premiar el valor aportado por cada cliente

- **Caso Práctico: Segmento Diamante**

**David Santamaría**

Manager de Loyalty&Retention  
**VODAFONE ESPAÑA**

**13.15**

**La experiencia práctica de El Corte  
Inglés**

**El marketing promocional como  
herramienta para generar tráfico en  
el punto de venta y conseguir la  
retención y fidelización del cliente**

- Descuentos, bonificaciones y regalos: ¿aliados fundamentales para fidelizar clientes?

- "No hay promoción sin comunicación": el uso de campañas de intriga, teaser, etc. para que nuestra oferta llegue más lejos

- La innovación continua desde la creación de la acción hasta el mix de medios como forma de evitar una "fidelidad pasajera" y de crear nuevos y verdaderos estímulos

**Victor Uclés Ruiz**

Responsable del Área de Marketing de  
Servicios

**EL CORTE INGLES**

**14.00**

**Del marketing multicanal al  
marketing interactivo**

- Cómo obtener una visión del cliente y de todas sus interacciones

- Cómo centralizar la planificación, ejecución y medición de todas las campañas y asegurar una coherencia de nuestra comunicación en todos los canales

- Nuevos retos del marketing interactivo: cómo ofrecer un diálogo personalizado en todos los canales entrantes y salientes, on-line/off-line y permitir retener y vincular el cliente

**José Yáñez**

Director Comercial  
**UNICA Iberia, an IBM Company**

**14.30**

Almuerzo

# Las mejores experiencias prácticas de empresas de primer nivel y el conocimiento de profesionales expertos en el sector

16.00

Jornada de tarde moderada por:

**Guillermo Valdés**

Director de Atención al Cliente  
TNT

## La experiencia práctica de Inversis

### El fomento de la interactividad empresa-cliente a través de la Web 2.0 y las redes sociales

- Adiós a la palabra 'target', bienvenido el concepto de 'comunidad'
- "El 'prosumer' ya está aquí": cómo enfrentarnos al nuevo consumidor generador y prescriptor de contenidos
- "Dialogar es retener": las ventajas de introducirse en el entorno del consumidor
- Nuevas claves de la Atención al Cliente gracias a las redes sociales
- ¿En qué puede sernos útil el 'crowdsourcing' o participación del cliente en la definición de productos y servicios?

**Reyes Bolumar Genovés**

Directora de Innovación y Canal Internet  
INVERSIS

16.45

## La experiencia práctica de Atrápalo.com

### Una apuesta diferente de fidelización: la convergencia del Branding con la Atención al Cliente en las redes sociales

Desde 2007, la empresa especializada en hallazgos de viajes, espectáculos y ocio en Internet ha desarrollado considerablemente sus acciones en las redes sociales. Campañas como 'Hacemos un trato' son ejemplo de esta decidida apuesta de Atrapalo.com por la interactividad con sus clientes dentro de su estrategia de fidelización y retención.

La unión del Branding y la política de relación con el usuario han jugado un papel fundamental. En esta sesión veremos esta evolución a través de casos reales

**Ana Paula Pereira**

Social Media Manager  
ATRAPALO.COM

17.30

## La experiencia práctica de TNT

### La metodología LEAN aplicada a la Fidelización de clientes

- La Voz del Cliente
- Desarrollo de Kaizens de mejora crossfuncionales

**Guillermo Valdés**

Director de Atención al Cliente

**Luis Soto**

Director de Estrategia  
TNT

18.15

Coloquio

18.30

Fin de la Jornada y Clausura de la Conferencia

## Renueva tus ideas, es el momento de ESCUCHAR, ENTENDER y DIALOGAR con tus clientes...

"El 82% de los consumidores abandonaría una marca después de una mala atención. (Según un estudio de RightNow y Harris Interactive)"

**Marketingdirecto.com – Octubre 2010**

"(...) 'Los clientes se han reducido y hay que fidelizarlos. Eso supone un cambio radical en las organizaciones. Ya no se basan en los productos, sino en los clientes. Los vendedores deben especializarse en darles soluciones, sus habilidades ya no son las mismas. ¿Qué se les pide? Que tengan empatía con el cliente, con sus necesidades, y que trabajen en equipo para ello, en vez de ser especialistas de productos', argumenta Jaime Castelló, profesor de marketing"

**Elpais.com – Octubre 2010**

"La pérdida de clientes es una de las principales preocupaciones de las empresas, según una encuesta realizada por la consultora RMG&Asociados entre profesionales del marketing y la publicidad. (...) La falta de soluciones antes las necesidades actuales del consumidor y la ausencia de un valor añadido antes sus expectativas son las principales causas de la fuga de clientes, en la opinión de un 57% de los consultados"

**Marketingdirecto.com – Junio 2010**

Media Partners

TodoFIDELIZACION.com

cibersur

ejecutivos.es

El Portal  
Event Planner  
Spain en España  
www.eventplannerspain.com

estrategias

ReadWriteWeb  
EN ESPAÑOL

meetel  
DISEÑO & COMUNICACIÓN

## La cita de referencia cada año para

### EMPRESAS ANUNCIANTES

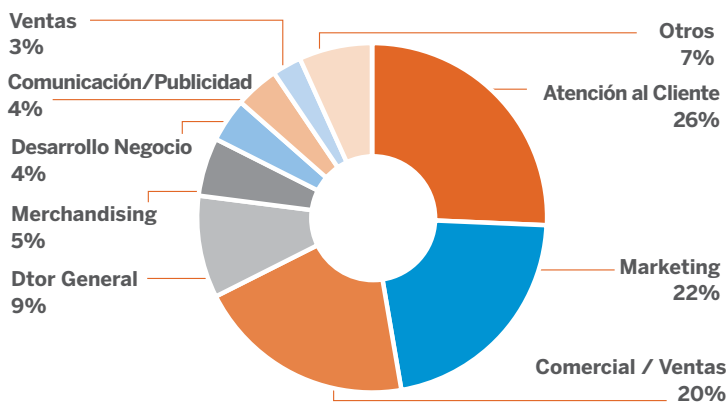
- > Director de Marketing
- > Director de Marketing Directo
- > Responsable de Programas de Fidelización
- > Director de Promociones
- > Director Comercial y de Ventas
- > Director de Gestión y Atención a Clientes
- > Director de Calidad de Servicio
- > Key Account Manager

### AGENCIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD

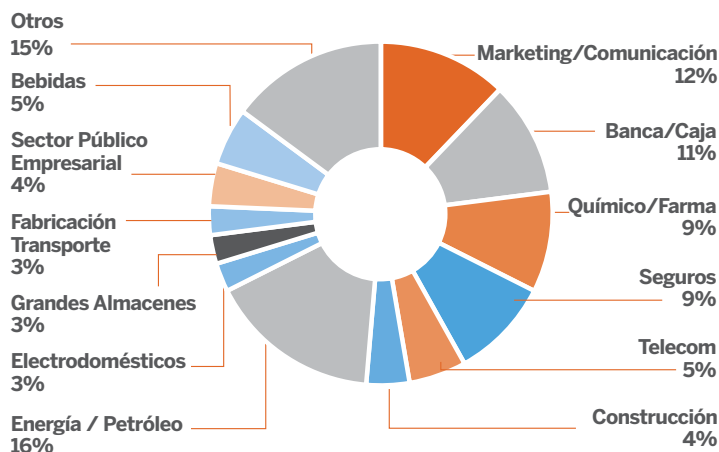
- > Directores General
- > Key Account Manager

## ¿Quiénes asistieron a las anteriores ediciones de Fidelización de Clientes?

### Cargos



### Sectores



## ¿Quieres saber la opinión de los asistentes a las anteriores ediciones?

“Excelente, tanto por la organización como por el contenido”

**Pilar Hernández**, Consultora de **Atos Origin**

“Es un evento muy interesante que sirve para reciclar y adquirir nuevos conocimientos”

**Cristina Ruiz**, Responsable de empresas y servicios de **Repsol**

“Este evento ayuda a tener mejores conocimientos sobre el arte de fidelizar”

**Roberto de Pedro**, Responsable de Retención de Línea Directa

“Es interesante comprobar cómo el conocimiento del cliente cada vez tiene mayor importancia estratégica en las diferentes empresas”

**Cristina Fuguet**, CRM Analyst de **Zurich**

“Me ha servido para reflexionar sobre aspectos que en muchos casos se van a traducir en acciones que voy a aplicar en mi empresa”

**Fernando Gisbert**, Ejecutivo de **Consum**

“Este evento me ha abierto las puertas a un ámbito que, si bien conocía un poco, nunca había tenido la oportunidad de descubrir a través de casos aplicados a sectores distintos al mío”

**Mario Saumell**, Responsable de Atención al Cliente de **Sony**

“Enriquecedor por los casos prácticos analizados. Muy buenos ponentes”

**Javier Roldán**, Director General de **Research Entertainment**

“Útil y adecuado para aquellos profesionales de Marketing que busquen mejorar su formación y adquirir nuevas técnicas de fidelización”

**Sara Ortega**, Trainee marketing de **KPN Spain**

## Bienvenido/a a Retención de Clientes 2011

“Las nuevas corrientes del marketing propugnan menos puntos, más cariño”

Elcorreo.com – Octubre 2010

El **70%** de los **clientes se siguen perdiendo** en nuestro país. **Algo está pasando** y es hora de dejar de pensar en “**QUE damos**” para dar paso al “**COMO lo entregamos**”.

Hoy el **consumidor** es **mucho más selectivo** e **infidel**, y ha dejado de confiar en los **clásicos programas** de **fidelización**. Esto supone que su **retención** es ahora **más difícil**, pero **no imposible**, sólo **hay que ir más allá**.

Las **acciones despersonalizadas** e **indiscriminadas** reportan **beneficios a corto plazo**, pero la fuga de clientes tardará lo que invierta la competencia en mejorar la oferta. La **buena segmentación**, la **calidad** y el **precio justo** siguen siendo importantes, pero la clave para **ganarnos su lealtad** en los tiempos que corren pasa por el **factor emocional** y la **continua interactividad**.

El **esfuerzo merece la pena**. Si gracias a nuestra **estrategia de retención** logramos **reducir** las **bajas** aunque sólo sea **un 5%**, podemos tener un **aumento** de **hasta el 85%** en los **beneficios**.

iiR España te ofrece la **mejor oportunidad** para ver de cerca **qué están haciendo** las empresas para **evitar** la **huída** de **clientes** y valorar **en qué nos estamos equivocando**.

**Retención de clientes 2011**, el **Encuentro Anual de referencia** en el sector, le ofrece **las mejores experiencias prácticas** de **empresas** de **primer nivel** y el **conocimiento de profesionales expertos** en el sector.

**¡Ven a verlo con tus propios ojos!**

Te esperamos en **Madrid el 24 de Febrero de 2011**.

Un cordial saludo,

**Miren Lucía Benito**  
Programme Manager  
iiR España

**¡No dejes que se te escape un solo cliente más!**

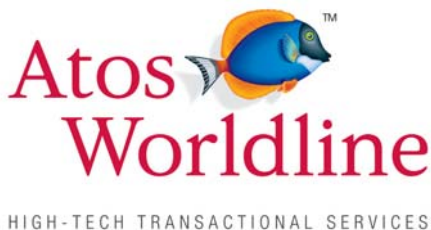
### **En Retención de Clientes 2011**

- > Aprenderás a **generar una lealtad duradera** a través de la **interactividad** y el **factor emocional**
- > Descubrirás cual es el **perfil del nuevo consumidor** y **cómo enfrentarte a la hiperfragmentación** del mercado
- > Sabrás **cómo pueden** ayudarte las **redes sociales** para **consolidar tu relación con el cliente**
- > Conocerás **cuándo** y **cómo utilizar** los **regalos, descuentos, premios e incentivos**
- > Verás **cómo sacar partido** al **marketing promocional** para retener a tus clientes
- > Aprenderás a **utilizar la comunicación** de la forma más eficaz para **llegar más lejos**
- > Descubrirás el poder de herramientas como el **‘crowdsourcing’**
- > Valorarás la utilidad de las **últimas tecnologías** en las estrategias de fidelización



## Platinum Sponsor

---



**Atos Worldline** presta junto a Atos Origin su experiencia en servicios de transacciones de alta tecnología. Desde hace más de 19 años, gestionamos de forma integral algunos de los programas de fidelización más exitosos del mercado español y europeo.

Líder en servicios globales para transacciones electrónicas críticas, Atos Worldline está especializado en pagos electrónicos (emisión, adquirencia, terminales, tarjetas, soluciones procesamiento de pagos), eCS (servicios electrónicos para consumidores, ciudadanos y comunidades) así como servicios para mercados financieros. El compromiso continuo de Atos Worldline con la investigación y la innovación permite que sus clientes se beneficien de premiadas soluciones en áreas como los pagos con móvil, IPTV segura, CRM online y soluciones que evitan el uso de papel. Atos Worldline genera unos ingresos anuales de 844 millones de euros y emplea a 4.800 profesionales en Europa.

Para más información: [www.atosworldline.com](http://www.atosworldline.com)  
y [www.es.atosorigin.com/atosworldline](http://www.es.atosorigin.com/atosworldline)

## Gold Sponsor

---



**Unica Corporation** (NASDAQ: UNCA) es el líder reconocido en soluciones de software para marketing. El avanzado conjunto de soluciones de gestión de marketing y de marketing OnDemand de Unica permite a las organizaciones y los profesionales convertir su pasión por el marketing en valiosas relaciones con los clientes y en resultados comerciales más rentables, oportunos y medibles. Estas soluciones integran y agilizan todos los aspectos del marketing online y offline. El singular método de marketing interactivo de Unica incorpora el análisis de clientes y el análisis web, decisiones centralizadas, ejecución multicanal y operaciones de marketing integradas. Más de 1.000 organizaciones en todo el mundo dependen en Unica para sus soluciones de gestión de marketing.

La sede de Unica está en Waltham, Massachusetts y cuenta con oficinas en todo el mundo. Para obtener más información, visite <http://www.unica.com/>

Todas las novedades en

¡Síguenos!

[http://twitter.com/iiR\\_Spain](http://twitter.com/iiR_Spain)



## ¿Cómo inscribirse?

Elija entre estas 5 opciones para enviarnos sus datos

[www.iir.es](http://www.iir.es)    [inscrip@iir.es](mailto:inscrip@iir.es)

▶ t: 902 12 10 15 - 91 700 48 70

▶ f: 91 319 62 18

▶ Príncipe de Vergara, 109  
28002 Madrid

El Departamento de Atención al Cliente se pondrá en contacto con Vd. para confirmar su inscripción

### Retención de Clientes 2011

Madrid, 24 de Febrero de 2011    BB0160

### LUGAR DE CELEBRACION

Hotel Confortel Atrium  
C/ Emilio Vargas, 3 y 5. 28043- Madrid  
Tel. 913 98 38 70

No puedo asistir. Estoy interesado en su documentación

### PRECIO

**1.299€** + 18% IVA

Consulte Precios Especiales en América Latina



**+ formación por - dinero**

Infórmese de los nuevos Packs de Cursos

Ofertas no acumulables con otras promociones o descuentos

iiR le recuerda que la inscripción a nuestras jornadas es personal

Div. BY/MB/E

## INFORMACION GENERAL

### CERTIFICADO DE ASISTENCIA

A todos los asistentes que lo deseen se les expedirá un Certificado Acreditativo de Asistencia a este evento.

### CANCELACION

Si Vd. no puede asistir, tiene la opción de que una persona le sustituya en su lugar. Para cancelar su asistencia, comuniquenlo con, al menos, 2 días laborables antes del inicio del evento. Se le enviará la documentación una vez celebrado el evento (\*\*\*) y le será retenido un 30% del precio de la inscripción en concepto de gastos administrativos. Pasado este periodo no se reembolsará el importe de la inscripción. iiR le recuerda que la entrada a este acto únicamente estará garantizada si el pago del evento es realizado antes de la fecha de su celebración.

(\*\* En caso de cancelación del evento por parte de iiR el asistente podrá elegir la documentación de otro evento)

Hasta 5 días antes, iiR se reserva el derecho de modificar la fecha de celebración del curso o de anularlo, en estos casos se emitirá un vale aplicable en futuros cursos o se devolverá el 100% del importe de la inscripción.

### ALOJAMIENTO

Beneficiarse de la mejor tarifa disponible en el Hotel correspondiente y en los Hoteles de la Cadena NH haciendo su reserva a través de Viajes Iberia, e-mail: [madrid.santiagobernabeu16@viajesiberia.com](mailto:madrid.santiagobernabeu16@viajesiberia.com) o Tel. 91 411 08 56, indicando que está Vd. inscrito en un evento de iiR España.



### TRANSPORTISTA OFICIAL



Los asistentes a los eventos que iiR España celebre en 2010 obtendrán un descuento del 40% en Business y del 45% en Turista sobre las tarifas completas en los vuelos con Iberia. En los vuelos operados por Air Nostrum obtendrán un 30% de descuento sobre tarifa completa en Business y Turista. La reserva y emisión se puede hacer en: SERVIBERIA (902 400 500), Oficinas de Ventas de IBERIA, la Web [www.iberia.com/ferias-congresos](http://www.iberia.com/ferias-congresos) o Agencia Viajes Iberia, indicando el Tour Code BTOIB21MPE0026.

### TRANSPORTE OFICIAL TERRESTRE



Los asistentes a los eventos que iiR España celebre en 2010 obtendrán un descuento del 30% en trenes de: Alta Velocidad-Larga Distancia, Alta Velocidad-Media Distancia y Cercanías-Media Distancia-Convencional. Beneficiarse de este descuento descargando el documento de asistencia en [www.iir.es/renfe](http://www.iir.es/renfe) y presentándolo en cualquier punto de venta RENFE, al adquirir el billete.

**Datos personales:** En cumplimiento con el artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de que los datos personales que aporte en el presente formulario serán incorporados a los ficheros de "Institute for International Research España, S.L.", debidamente inscritos ante la Agencia Española de Protección de Datos, y cuyas finalidades son la gestión y cumplimiento de la relación establecida como consecuencia de la inscripción en el evento a que hace referencia, así como la gestión por parte de iiR de la selección de los asistentes al mismo, así como la realización de envíos publicitarios acerca de las actividades, servicios, ofertas, promociones especiales y de documentación de diversa naturaleza y por diferentes medios de información comercial, además de la gestión de la información de la que se disponga para la promoción de eventos, seminarios, cursos o conferencias que pudieran resultar de interés para los inscritos, de acuerdo con las labores de segmentación y obtención de perfiles relativa a los mismos, todo ello al objeto de personalizar el trato conforme a sus características y/o necesidades. Mediante la presente, usted queda informado y consiente que sus datos puedan ser cedidos a patrocinadores, publicaciones, expositores en ferias u otros sujetos en base a la relación que iiR mantiene con los mismos para procurar una mayor eficiencia de la gestión de sus actividades. Para el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición de sus datos por parte de iiR, deberá remitir un escrito identificado con la referencia "Protección de Datos" a "Institute for International Research España, S.L.", con domicilio social en la calle Príncipe de Vergara nº 109, 28002 Madrid, en el que se concrete la solicitud y al que acompañe fotocopia de su Documento Nacional de Identidad.

## Análisis de Mercado



*¡Consiga su informe!*  
[spita@iirspain.com](mailto:spita@iirspain.com)

## ¿Por qué elegir iiR?

iiR España es líder desde hace más de **20 años** en el desarrollo y gestión de contenidos y eventos para empresas. Pertenecemos al **Grupo Informa plc**, el mayor especialista en contenidos académicos, científicos, profesionales y comerciales a nivel mundial. Cotizado en la Bolsa de Londres, el grupo cuenta con **10.500** empleados en **40 países**, **150 unidades operativas** y más de **120 líneas de negocio** distintas:

- + **12.000 eventos** a través de compañías como **iiR, IBC o Euroforum**
- + **40.000 títulos académicos** en catálogo a través de marcas tan prestigiosas como **Taylor & Francis o Routledge**
- Soluciones estratégicas de **performance improvement** a través de marcas tan reconocidas como **ESI Internacional, Achieve Global, Forum o Huthwaite**

En España, ofrece un servicio de formación e información integral con productos innovadores que, anualmente, eligen más de **8.000 profesionales**:

- **Programas presenciales:** + **500** seminarios, cursos, conferencias, encuentros y congresos de producción propia anuales
- **Formación In Company:** + **200** cursos diseñados e impartidos de forma exclusiva para cada empresa
- **Formación on line:** Written Courses, E-learning, Web Seminars, Eventos Virtuales y Documentación Técnica de alto valor añadido y contenido de máximo interés

Además, comparte sinergias de negocio con **Grupo Info:** empresa editora de las revistas técnicas Infomarine, Infopenviro, Infoenviro e Infodomus.

**¿Sabe que iiR es mucho más que eventos? Descubra todos nuestros servicios**

### Formación In Company

Paloma Palencia  
Tel. 91 700 06 80 • [ppalencia@iirspain.com](mailto:ppalencia@iirspain.com)

### Documentación On Line

Mª Rosa Vicente/Cristina Carpe  
Tel. 91 700 01 79 • Fax 91 141 36 15  
[documentacion@iirspain.com](mailto:documentacion@iirspain.com)

### Acciones de patrocinio y eventos a medida

Nacho Flores  
Tel. 91 700 49 05 • Móvil: 609 883 316 • [sponsor@iir.es](mailto:sponsor@iir.es)

### Written Courses

Dpto. Customer Relations  
Tels. 902 12 10 15 / 91 700 48 70 • [emartin@iirspain.com](mailto:emartin@iirspain.com)

### E-learning

Susana Conde  
Tel. 91 700 42 75 • [sconde@iirspain.com](mailto:sconde@iirspain.com)

### Eventos Virtuales

Dpto. Sponsor  
Tel. 91 700 49 05 • [sponsor@iir.es](mailto:sponsor@iir.es)

[www.informa.com](http://www.informa.com)

[www.iir.es](http://www.iir.es)

## iiR Doc



iiR España le ofrece la documentación formativa más completa de su sector

CRM Analítico

Para adquirirla, contacte con:  
Dpto. Documentación • Tel. **91 700 01 79**  
[documentacion@iirspain.com](mailto:documentacion@iirspain.com) • [www.iir.es/doc](http://www.iir.es/doc)

PDF