**Actualizarse o morir: cómo las tendencias del mercado influyen en el éxito empresarial**

* Las tendencias del mercado no son garantía de que las empresas se extinguirán por no seguirlas.

**Ciudad de México, enero 29, 2020.** Cada empresa se moderniza con el objetivo de fortalecer su plan de negocios. Una compañía que desea ser exitosa sabe que el mercado se encuentra en constante cambio, por lo que independientemente de la industria a la que pertenezca, ignorar las tendencias puede ser un error que podría llevar a la ruina.

Un claro ejemplo es el de aquella famosa empresa de renta de películas y videojuegos que tuvo su auge a mediados de la década del 2000. En algún punto, dicha franquicia estadounidense de videoclubes se negó a comprar a una emergente plataforma de streaming, justo porque no fueron capaces de prever el futuro del consumo digital de producciones audiovisuales. Un desacierto que borró del mapa al gigante de la renta de películas en menos de una década.

Para los líderes empresariales es común preguntarse si las tendencias llegarán a impulsar o a terminar con el desarrollo de los negocios. Algunas industrias tardan en cambiar y otras lo hacen a un ritmo veloz, debido a su naturaleza. Pero eso no quiere decir que las empresas actuales desaparecerán de golpe.

Un nuevo servicio o producto no siempre es una amenaza letal. En algunos escenarios, la evolución de una industria en específico permite un nuevo ecosistema entre empresas y simultáneamente abre espacio para satisfacer las necesidades de distintos clientes en el mismo espectro, a través de nuevas estrategias cooperativas.

Uno de los ejemplos más claros son los medios de comunicación. Cuando la radio se popularizó, todos creyeron que la imprenta moriría y lo mismo sucedió cuando aparecieron la televisión y, posteriormente, el internet. Los expertos aseguraban que cada tendencia tecnológica significaría el fin de su predecesor.

Así como cada medio masivo comparte similitudes y posee diferencias, en la actualidad ninguno ha desaparecido. El hecho se debe principalmente al proceso de adaptación y las formas en la que cada medio integra las ventajas competitivas de su mercado.

Los impresos ya están en internet, las cadenas de televisión no pierden oportunidad de hacer radio y los medios nativos digitales hacen cross-selling para transformar su contenido a lenguaje televisivo. Estas combinaciones atacan a distintos consumidores (sin descuidar a su target primario) pero con el propósito primordial de entretener, educar y, sobretodo, informar.

Javier Aguilar, director General de Givex México, firma global de administración de operaciones basada en la nube, afirmó que “debido a la naturaleza del siempre cambiante mercado mexicano, la capacidad de adaptación es necesaria para toda empresa. Por ejemplo, en el sector del retail, la automatización y digitalización de los puntos de venta es uno de los aspectos que mayor impacto tienen sobre todo en la agilización de procesos, como el conocer inmediatamente la existencia de los productos. De acuerdo con la ANTAD (Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales), en el 2020 podemos esperar un crecimiento en el sector de retail de alrededor del 14%, lo cual no sería posible sin la adopción de nuevas tecnologías, así como la explosión del escenario digital. Más que amenazas, debemos percibir las nuevas tendencias como oportunidades”.

Givex también se especializa en puntos de venta (PDV). Desde los 90, esta compañía es prueba de la transformación del sector de los PDV y cómo la digitalización estableció nuevas reglas del juego, pero al mismo tiempo la manera en que algunos de los servicios que se consideran obsoletos son todavía vigentes al usar la táctica correcta.

Las tendencias no son un depredador que busca devorar a los que tienen menos capacidad de adaptación. Son una área de oportunidad y un síntoma de lo que está por venir. Cada compañía debe tener la inteligencia para anticipar los cambios en su industria y jugarlos a su favor.

**· · ·**

**Acerca de Givex**

*Givex es una solución global de administración de operaciones basada en la nube diseñada para agilizar la eficiencia del negocio y generar datos valiosos y procesables de los clientes. Desde su fundación en 1999, Givex ha proporcionado inteligencia operacional a través de una amplia variedad de industrias, desde restaurantes y comercios minoristas hasta el sector de la hospitalidad y los servicios, ofreciendo un conjunto completamente integrado de productos personalizables, incluyendo tarjetas de regalo, lealtad, puntos de venta (POS), pedidos de mesa y análisis. La solución de venta de entradas de Givex Uptix™ transforma las entradas tradicionales para deportes o eventos en una plataforma interactiva móvil, proporcionando a los gerentes de eventos nuevos conocimientos sobre su base de clientes y la capacidad de elevar la experiencia de los fanáticos. Con más de 16 mil millones de transacciones realizadas en más de 55 países, Givex está a la vanguardia de cómo las marcas competirán por los clientes ahora y en el futuro. Para más información sobre Givex, por favor visite http://www.givex.com/*

**SÍGUENOS EN REDES SOCIALES**

<https://www.linkedin.com/company/givex>

<https://www.facebook.com/GivexCorporation/>

<https://twitter.com/givexcorp>

**SITIO WEB**

<https://www.givex.com/>

**CONTACTO CONTACTO**

Jorge Sánchez Míchel Torres

Another Company Another Company

[jorge.sanchez@another.co](mailto:jorge.sanchez@another.co) [axl.torres@another.co](mailto:axl.torres@another.co)

55 4369 3607 55 3085 5438