

¿SE ACUERDAN CUANDO NOS URGÍA QUE SE ACABARA 2016 PARA QUE EMPEZARA 2017?

Pues este año está por terminar y muchas cosas dignas de análisis nos ocurrieron. Hoy queremos hablar de lo que nos movió durante 2017 y de qué nuevas consideraciones podemos hacer de cara al 2018 a la luz de las reflexiones High Speed.

Empecemos por el principio: en 2017 nos quedó claro que:

Somos seres vulnerables

Los temblores de septiembre hicieron que nos diéramos cuenta de nuestra fragilidad y pusieron al frente la importancia en nuestra estabilidad de la [confianza](#) en los demás. Tal como lo planteamos, somos seres sociales que naturalmente tenderán a depositar la confianza en el otro (aunque los índices vayan a la baja) y buscar ayuda. Las instituciones y marcas que lograron subirse a esa ola de apoyo construyeron una sólida base a mediano y largo plazo, que más que generar ventas estuvieron ahí cuando más se necesitó, tal como lo hablamos en nuestro artículo de [responsabilidad social](#).

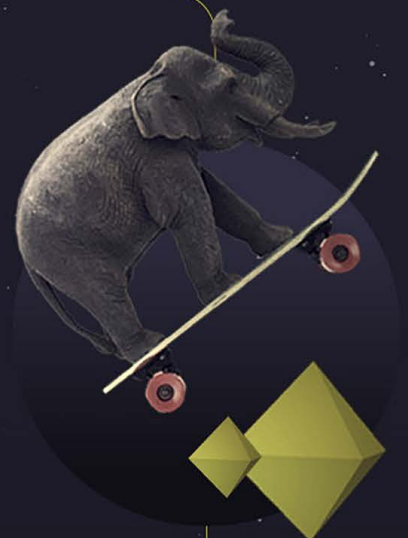
La realidad siempre es más interesante que la ficción, si lo sabemos ver

Romper con los estereotipos, promover la apertura, desmitificar y revalorar distintos targets (tal como lo planteamos en [la fuerza de las canas](#), -seniors- y [la sorpresa del otro](#), -los votantes pro-Trump-) se volvió un tema clave para entender el giro que tuvieron los [Millennials](#); tal y como lo plantean nuestros compañeros de De la Riva Group, este target, hartado de los señalamientos y de ser vapuleados en el discurso social, pasa a tener un rol protagónico y positivo en dichos temblores.



La semilla de un activismo activo

(valga la redundancia), SE HACE EVIDENTE. El "destape" de los abusos sexuales en distintas esferas o la intensificación de las demandas feministas, son manifestaciones claras de la importancia de alzar la voz y dejar de invisibilizar temas latentes y cruciales. Tal y como lo planteamos en el artículo de [Advocacy](#), si los temas no se discuten socialmente, llegar a una solución será prácticamente imposible.



Porque podemos mover la aguja hasta en las situaciones más asentadas

La crisis de Televisa, culminando en la renuncia de Emilio Azcárraga Jean es una manifestación clave para entender la nueva realidad mexicana, así como la importancia actual del diálogo consumidores-empresas. En este contexto, el [marketing de influencia](#) retoma aún mayor importancia como fuente de comunicación de y con las marcas.



Y sobre todo, porque México es hoy un centro neuralógico de la generación de tendencias

El éxito de Coco, la película más reciente de Pixar, se da en un entorno Trumpista en donde los mexicanos buscan reivindicar su posición en el resto del mundo; positivar el discurso y desmitificar los estereotipos negativos que giran a su alrededor. Contrario a nuestra predicción en [México con los brazos y ojos abiertos](#), más que abrirnos a otras latitudes, pareciera que seguiremos fortaleciendo nuestro vínculo con el vecino del norte si bien, continuar con la apertura a otros países, será lo que catapulte a México hacia el mundo, y como High Speed Solutions, estaremos allí para apoyarlo.

PORQUE SOMOS PERFILES INNOVADORES,

Vamos a seguir haciendo [prospectiva de escenarios futuros](#), estando muy atentos al contenido teórico que explica cómo se [mueve nuestro comportamiento](#), monitoreando la evolución del mercado, tratando de [capitalizar emociones](#), y todo esto enfocados al máximo en crear [estrategias hiperpersonalizadas](#), para que ninguno de nosotros [muera de éxito](#).

¡¡¡Sigamos reescribiendo las reglas del juego!!!

HIGH SPEED
SOLUTIONS
by de la Riva Group

Si quieres conocer lo que pasará en el 2018. [click aquí](#)