



TRENDS TRENDS

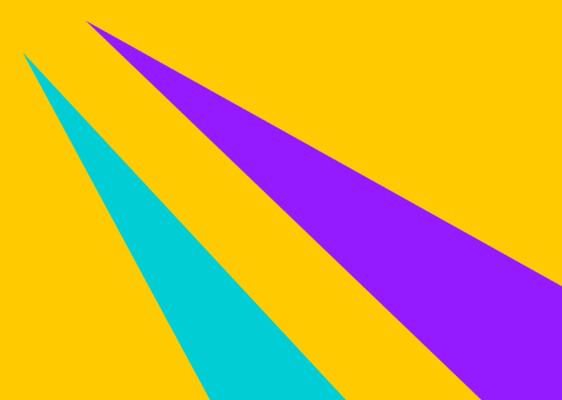
REPORT

2023





01 INTRO DUCCIÓN





IMPORTANCIA TENDENCIAS



¿SABES POR QUÉ LAS TENDENCIAS SON TAN IMPORTANTES?

Las tendencias son importantes porque reflejan patrones recurrentes en un entorno particular en un momento determinado. Si se detectan a tiempo, pueden ser utilizadas para predecir ideas, servicios y oportunidades de negocio futuros.

Monitorear las tendencias es como tener una máquina del tiempo que te permite ver el futuro y crear productos y servicios innovadores antes de que tus competidores lo hagan. Piensa en las tendencias como una brújula para tu marca. **¡TE AYUDARÁN A ENCONTRAR EL RUMBO HACIA EL ÉXITO!**

En **Contenidos El REY** nos gusta ponernos la corona de la novedad, y para que nadie nos la quite queremos estar a la vanguardia en lo último. Aquí te contamos algunos de los nuevos y no tan nuevos hallazgos para que este año el trabajo de todos lo caracterice la innovación.



SUMMARY

A. GENERAL TRENDS

1. La AI acapara todo
2. TikTok make do it
3. La cultura Rave
4. UGC como nueva forma de influenciar
5. Marcas Blancas
6. La era de la sanación
7. Adiós a la estética convencional con los GEN Z
8. Respiros digitales
9. AR en Social Media
10. #ForYouPage

B. DESIGN TRENDS

1. Diseño 3D
2. Minimal Vintage
3. Arte de IA
4. Color del año 2023

C. PLUS

D. GOOGLE AMARÁ ESTAS BÚSQUEDAS

007

**GENERAL
TRENDS**



INTELIGENCIA ARTIFICIAL



LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL acapara todo,
¡literalmente! TODO

¿Quieres saber cómo las inteligencias artificiales están cambiando el mundo?

Bueno, para empezar, están haciendo que nuestras tareas diarias sean más fáciles y menos aburridas.

¡YA NO TIENES QUE HACER EL MISMO TRABAJO REPETITIVO TODOS LOS DÍAS! En lugar de eso, puedes dejar que una IA lo haga por ti y te quedes sentado viendo memes todo el día (¡broma! Pero si quieres no es broma).

Además, las IAs están haciendo que los médicos sean más inteligentes (¡literalmente!) y están ayudando a que los vehículos sean más seguros y eficientes.

Y eso es solo el comienzo. Las IAs también están ayudando a las empresas a tomar decisiones más informadas y a procesar grandes cantidades de datos con una velocidad impresionante, incluso pueden hacer código por ti.

¡ASÍ QUE SÍ, LAS IAS ESTÁN CAMBIANDO EL MUNDO, Y ESO ES ALGO BUENO SI LO SABES USAR A TU FAVOR!

CHAT GPT

Esto dice Chat GPT cuando le dices que escriba un texto sobre él:

“Un modelo de lenguaje de gran tamaño desarrollado por OpenAI.

MI FUNCIÓN PRINCIPAL es generar texto humano-like en respuesta a preguntas o prompts dados. Puedo responder preguntas generales sobre una variedad de temas, escribir historias y hasta crear código.

Estoy constantemente actualizado para mejorar mi capacidad de comprensión y generación del lenguaje.

¡ESTOY EMOCIONADO DE INTERACTUAR CONTIGO Y AYUDARTE CON LO QUE NECESITES!”

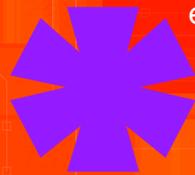
Fuentes:

<https://www.wundermanthompson.com/insight/adopt-or-fail-why-business-needs-ai>
<https://www.wundermanthompson.com/insight/ai-and-the-future-of-customer-experience>
<https://keepcoding.io/blog/que-es-una-particion-gpt/>



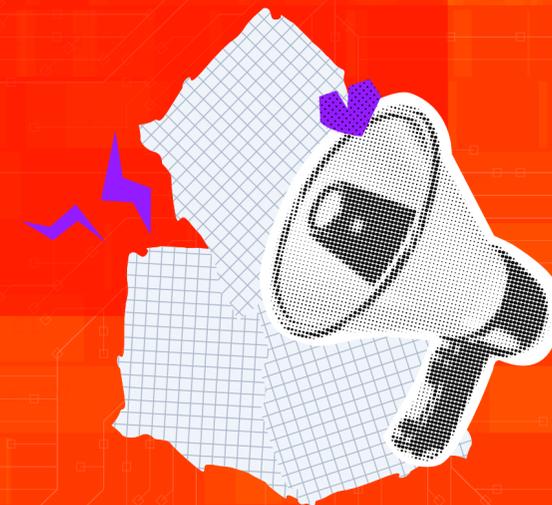
¿QUÉ HACER?

1. Aprovecharlo para pedirle ideas de temas sobre algún tópico.
2. Conectarlo a tus redes sociales para responder automáticamente a preguntas frecuentes de los clientes y mejorar el servicio al cliente.
3. Pedirle sugerencias de palabras clave.
4. Utilizarlo para analizar datos de clientes y personalizar las recomendaciones de productos o servicios.
5. Aprovecharlo para generar contenido personalizado para cada cliente en función de sus intereses y comportamientos de compra.
6. Pedirle que te dé ideas de formatos de contenido.
7. Pedirle que organice tablas o te haga clusters con cierta información.
8. Usarlo para generar contenido en diferentes idiomas y aumentar la accesibilidad a la marca (siempre bajo revisión especializada).
9. Utilizarlo para crear un asistente virtual que ayude a los clientes a navegar el sitio web o la aplicación de la marca.



¿QUÉ NO HACER?

1. Pedirle escribir un texto y usarlo tal cual (sobre todo si va para redes sociales o sitios web).
2. Reemplazar el conocimiento de una persona por el de la IA (Los expertos recomiendan aprender a usarla y sacarle el mayor partido mezclando el conocimiento humano con el de la IA).



TIKTOK MAKES ME DO IT!

TIKTOK ES UNA PLATAFORMA DE REDES SOCIALES que está teniendo un GRAN IMPACTO en muchas industrias por la forma en la que los usuarios hacen contenido y lo consumen.

Uno de los grandes efectos que se ha visto con la plataforma, es el aumento en el consumo de productos que se vuelven virales o populares en la red.

En la industria del libro por ejemplo, está teniendo mucho impacto, pues **está siendo utilizada como una herramienta de promoción y está contribuyendo a las ventas en librerías porque todos quieren leer el libro del que todos hablan en TIKTOK.**

Además, cada vez más consumidores están utilizando la plataforma como un lugar para descubrir productos y comprarlos. Aunque su principal uso es para entretenimiento, **TIKTOK** está convirtiéndose en una especie de vitrina que muestra lo que es popular en el mundo.

Fuente: <https://www.puromarketing.com/102/211199/comportaran-consumidores-partir-enero-tendencias-compra-marcaran-2023>



¿QUÉ HACER?

1. Empezar a incluir en tu estrategia los formatos nativos de la red social o los que se hacen populares (No solo los audios trend o videos chistosos, también los formatos más populares para cada categoría).
2. Aprovechar Tik Tokers en pleno crecimiento, con potencial de hacer contenido para la marca.
3. Crear campañas de contenido pensadas desde cero para vivir en Tik Tok.
4. Es ideal publicar más de una vez al día.
5. Aprovechar palabras clave sobre lo que estás comunicando y utilízalas en captions y textos clave dentro del video.

¿QUÉ NO HACER?

1. No traer videos de otras redes, de los comerciales, o de otros formatos de video a vivir en Tik Tok inorgánicamente.
2. No tener una frecuencia de publicación.
3. No enseñar, entretener o entregar contenido relevante.

¡VIVAN LOS RAVES!

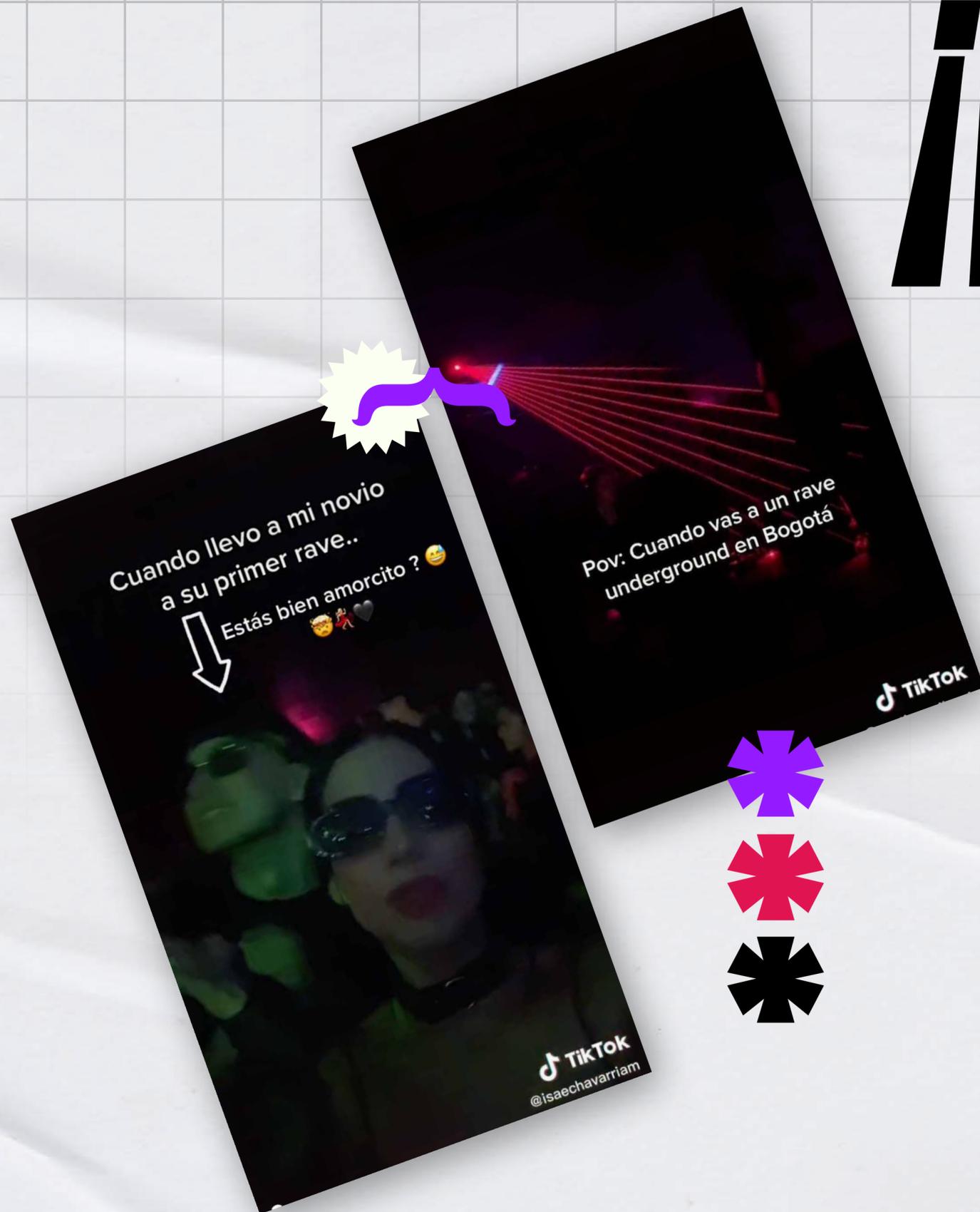
El estilo Rave y la moda rave están en auge, gracias al resurgimiento de la cultura Rave de los años 60's. Se trata de un estilo y/o cultura del que se están apropiando las nuevas generaciones gracias a la música techno y sus famosos RAVES. Esto es lo que señala el informe "Pinterest Predicts 2023", basado en los datos, búsquedas y pines de su comunidad, generalmente destinados a planificar el futuro.

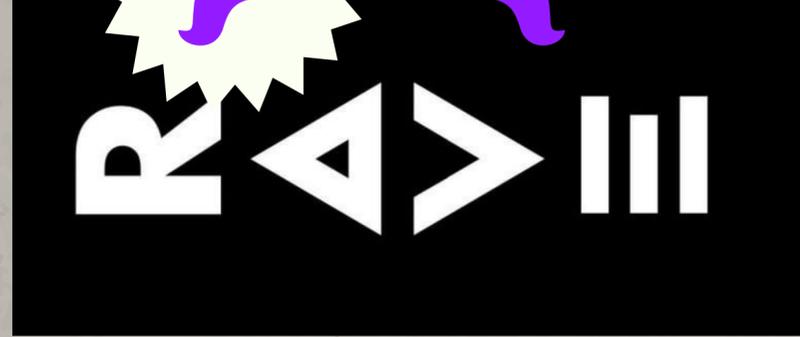
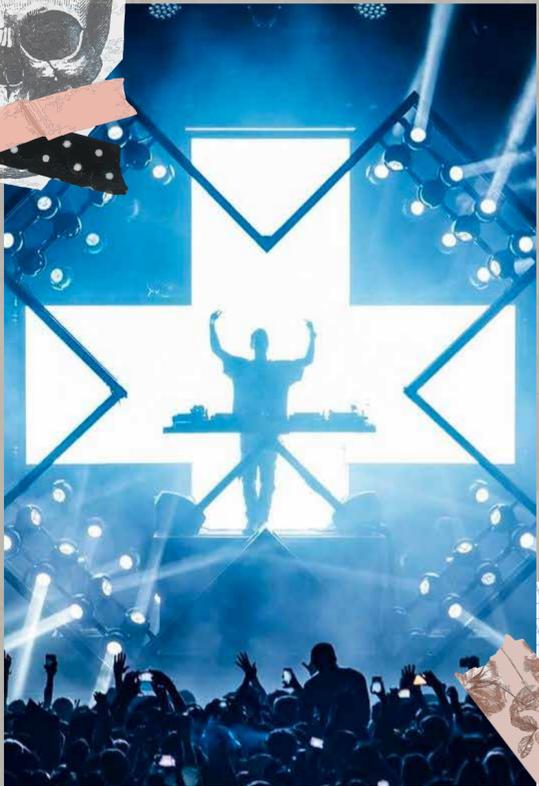
"Hoy en día, la cultura rave vuelve a emerger debido a un auge de la música electrónica por toda Europa, donde se movilizan para que sean legales. En Londres se organizan en vagones de metro, en Rotterdam aprovechan cuando se celebra el festival techno para organizar el "Rotterdam Rave Festival", y en España "La Fiesta del Dragón", que se organiza en la provincia de Granada"

LA CARNE MAGAZINE.

Fuente:

https://www.pinterest-assets.com/AssetLink/x7m37u2ofmdf13vsx61470s1xx66it21/Pinterest-Predicts-2023_ES.pdf
<https://lacarnemagazine.com/fenomeno-rave-su-cultura/>





- ROPA DE MÚSICA HOUSE (+) 185%
- MODA RAVE DE BERLÍN (+) 250%
- ESTÉTICA DE FIESTA RAVE (+) 35%
- ESTILO TECHNO (+) 60%
- MEZCLADOR DE MÚSICA (+) 115%

RAVES

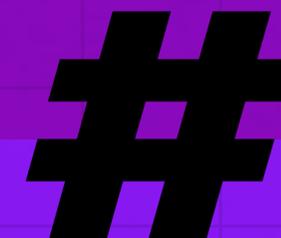
COOL

¿QUÉ HACER?

1. Las marcas pueden asociarse con eventos, personalidades, páginas relacionadas o festivales de música electrónica y patrocinar o hacer contenido con DJ's y artistas de renombre en la escena de la cultura rave.
2. Pueden lanzar líneas de ropa y accesorios inspirados en la estética de la cultura rave.
3. Pueden crear campañas publicitarias y contenido en redes sociales que capturen el espíritu de la cultura rave.
4. Pueden apoyar a causas y organizaciones benéficas relacionadas con la cultura rave, como la inclusión y la diversidad en la escena de la música electrónica.

¿QUÉ NO HACER?

1. Tener mucho cuidado con involucrarse con temas relacionados al consumo de drogas o temas difíciles de abordar en publicidad.
2. Ser muy cuidadoso al momento de hacer alianzas con empresas o personas relacionadas con fiestas o negocios ilegales.



El contenido generado por el usuario (**UGC**, por sus siglas en inglés) es cualquier tipo de **CONTENIDO CREADO Y COMPARTIDO POR LOS USUARIOS EN LÍNEA...** como comentarios, reseñas, imágenes, videos y publicaciones en redes sociales. Este tipo de contenido es generado de forma espontánea por los usuarios y no por las marcas o las empresas. El **UGC** se ha vuelto cada vez más popular en los últimos años debido a la creciente confianza de los consumidores en las opiniones y recomendaciones de otros usuarios (como ellos).

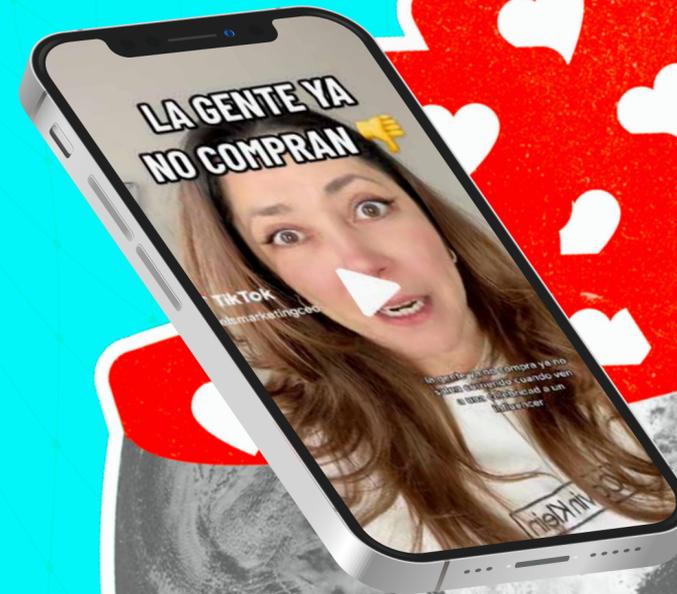
Muchas empresas utilizan el UGC para promocionar sus productos y servicios, ya que puede ser una forma efectiva de construir la confianza de los clientes y mejorar la visibilidad en línea. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los derechos de autor y la privacidad deben ser respetados en todo momento al utilizar el **UGC**.

Los usuarios en internet están buscando opiniones y recomendaciones de productos y servicios de personas reales en lugar de depender de las opiniones de personas famosas o influencers. Muchas personas están buscando recomendaciones de usuarios en plataformas como **TikTok** o **Instagram**, ya que estos usuarios no necesariamente son famosos, pero han logrado compartir contenido valioso y recomendaciones confiables de productos y servicios.

Fuentes:

<https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/influencers-marchita-influencia-ugc-echa-brotes-verdes>
<https://www.antevenio.com/blog/2018/12/que-es-ugc/>

LA EVOLUCIÓN DE LOS "INFLUENCIADORES"



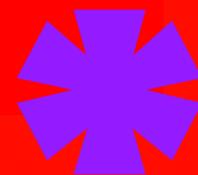
UGC

¿QUÉ HACER?

1. Identificar en cada plataforma, usuarios creadores de contenido de este tipo.
2. Usar testimonios de personas reales sobre productos y/o servicios.
3. Utilizar UGC en la publicidad programática, donde se puedan segmentar y mostrar anuncios personalizados a audiencias específicas.
4. Crear concursos o desafíos en las redes sociales para animar a los clientes a generar contenido relacionado con la marca.
5. Integrar UGC en las páginas de productos o servicios de una web para proporcionar opiniones y testimonios de clientes reales.

¿QUÉ NO HACER?

1. Usar los mismos influencers de siempre para hacer "USER GENERATED CONTENT".
2. Usar contenido que no sea nativo de la plataforma en la que está.
3. Siempre se debe obtener el permiso del usuario antes de compartir su contenido en las redes sociales o utilizarlo para fines publicitarios.
4. No se debe modificar el contenido de un usuario de manera que cambie significativamente su contexto o mensaje original.
5. Es importante atribuir correctamente el contenido al usuario que lo creó y etiquetarlo adecuadamente.
6. Es valioso siempre responder a las preguntas y comentarios de los usuarios en relación al contenido que se comparte. Esto genera confianza con los clientes.
7. Es clave monitorear el UGC para detectar y abordar cualquier problema o contenido inapropiado, esto garantiza una comunicación adecuada con los clientes y evita problemas legales.





MARCAS BLANCAS EN EL RETAIL



Las marcas blancas seguirán siendo una opción popular para los consumidores buscando **precios más bajos**, debido a la continuación de la **elevada inflación en 2023**. Los retailers dedicarán más espacio y promoción a sus marcas exclusivas y lanzarán nuevos productos.

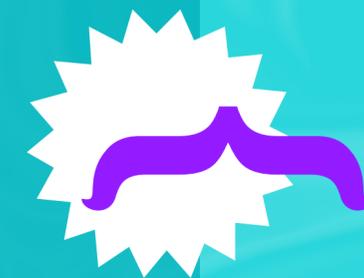
Fuente:
<https://www.puomarketing.com/88/211248/tendencias-retail-marcas-blancas-seguiran-siendo-refugio-para-consumidores>

¿QUÉ HACER?

1. Crear y diseñar productos de marca propia o genéricos que son de calidad similar a las marcas de renombre, pero con precios más bajos.
2. Los retails pueden producir una variedad de opciones de marca propia en diferentes categorías de productos, como alimentos, productos de limpieza, cosméticos, etc.
3. Utilizar la publicidad y el marketing para destacar las ventajas de los productos de marca propia, como la relación calidad-precio.
4. Ofrecer promociones y descuentos especiales para los productos de marca propia.
5. Mejorar la experiencia del cliente en la tienda física y el posicionamiento en línea, para que los clientes puedan comparar fácilmente los productos de marca propia con los de marcas ya reconocidas en el mercado.

¿QUÉ NO HACER?

1. Se debe tener especial atención porque regularmente, las marcas blancas son asociadas con productos de menor calidad o con precios más bajos, lo que puede tener un impacto negativo en la percepción de calidad del producto.
2. No invertir en marketing: Al utilizar una marca blanca, una empresa pierde la oportunidad de diferenciar su producto de los de la competencia mediante su propia marca y esto puede limitar la capacidad de diferenciación del producto.



LA ERA DE LA SANACIÓN.

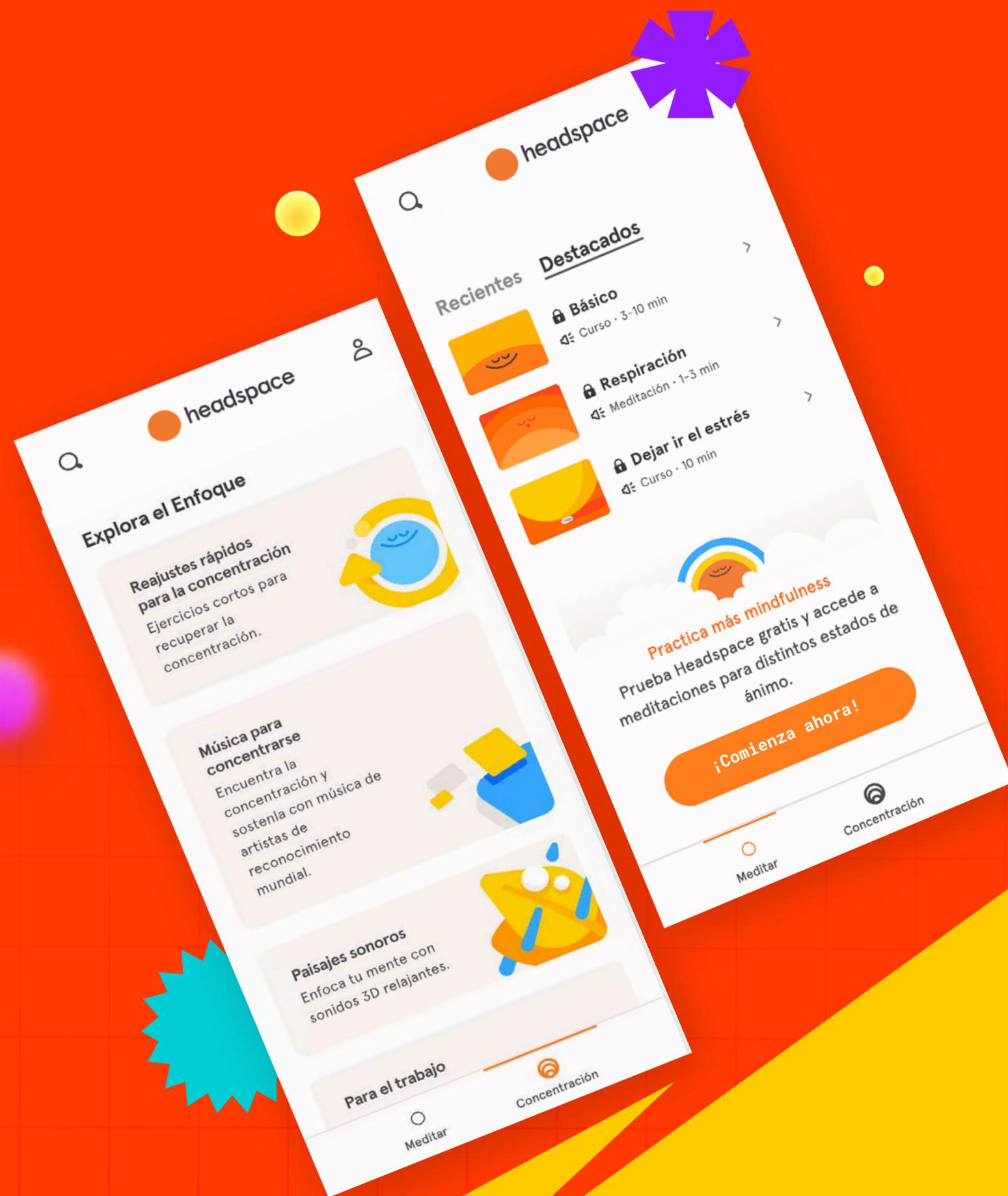
La constante búsqueda de mejora personal está dando paso a la transformación personal, con la pandemia actuando como catalizador para el crecimiento personal. La definición de bienestar de las personas está en constante evolución, yendo más allá de lo físico para abarcar la salud mental, emocional, espiritual y social. De hecho, el **76 %** de los ciudadanos globales ahora dicen que la salud mental y física son igualmente importantes. Esta re-priorización significa que cada marca debe idear cómo integrar el bienestar en los productos, servicios, experiencias, campañas y más este **2023**.

“Pinterest anunció en octubre de 2022 una alianza global única en su tipo con Headspace, ofreciendo herramientas para manejar el estrés, aumentar la positividad y mejorar el sueño. La alianza brindó a cientos de miles de creadores elegibles acceso gratuito a una suscripción de seis meses a Headspace en 20 países de todo el mundo, desde Brasil hasta Japón.” **TREND WATCHING 2023**.

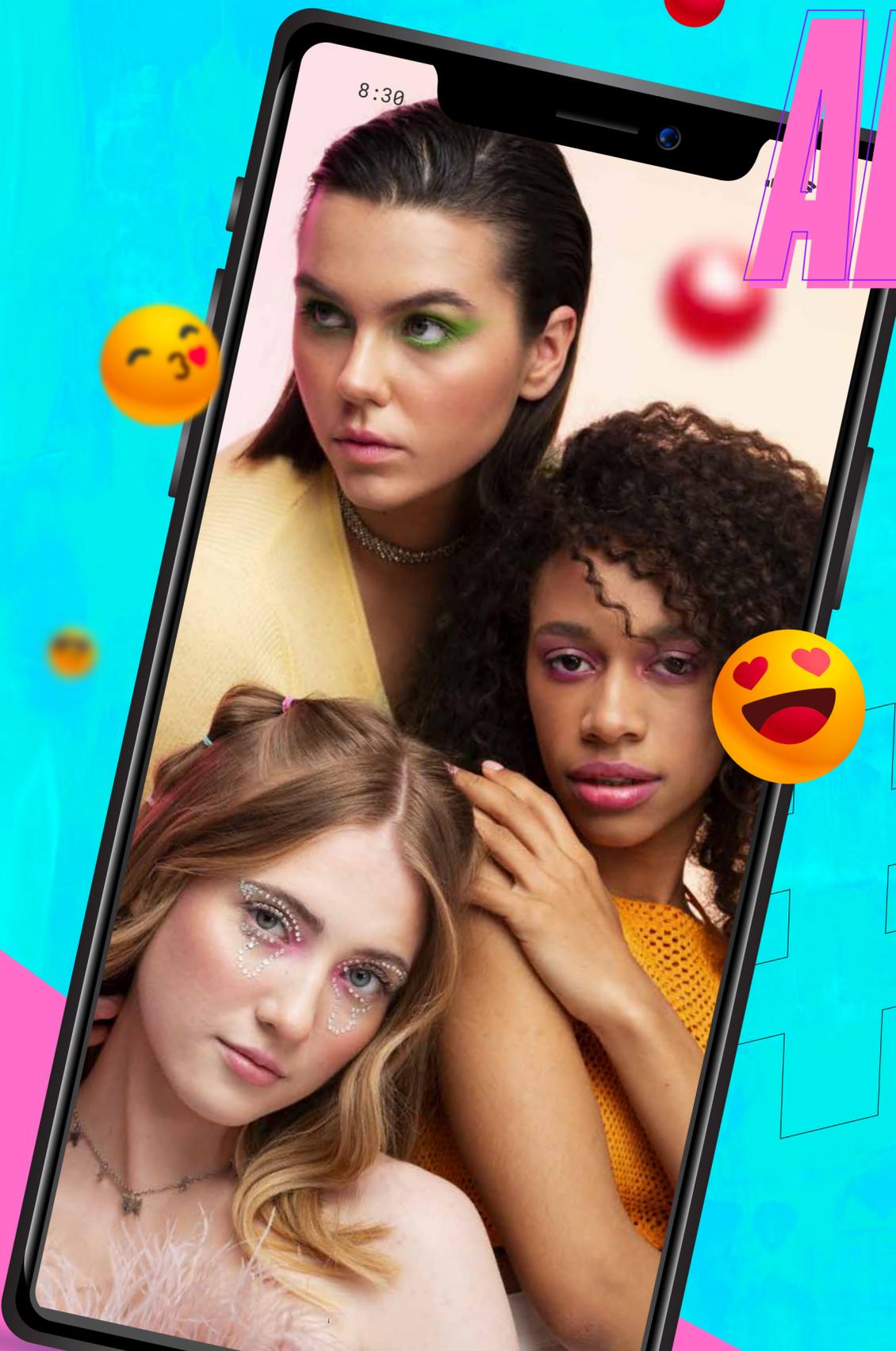
Fuente:

https://www.trendwatching.com/2023-trend-check?utm_campaign=FTU%20Weekly%20&utm_medium=email&_hsmi=236042891&_hsenc=p2ANqtz-_m1Tiv4p0vLORcdSfmIbCI1LBUR4_GhNY04t--0tC07gGqeAAIJoyFNpgDLPIPrRy8tt4qvuxrPaauuyKuKPFw-BVIpBFyQwuHvr_zoCAkvBIBIzw&utm_content=236042891&utm_source=hs_email

<https://www.headspace.com/es/partners>



ADIÓS A LA ESTÉTICA CONVENCIONAL



Los GEN Z no solo han venido a revolucionar el mundo con acciones, también están dándole la vuelta a todo lo establecido y uno de los temas en los que esto se hace evidente es en la estética.

“Y no es que la gente ya no quiera verse cool, es que la noción de lo cool está cambiando. Y más bien es que estamos en un ‘estilo libre’ aparentemente pero que sigue tendencias bien definidas. Adjetivos como sobrio, minimal, sexy, elegante y clásico han sido utilizados como sinónimos de moda por décadas, pero para la GEN Z el estilo es una experimentación cotidiana de la identidad personal” **REPORTE DE TENDENCIAS 2023, TREND0.**

Fuente: El ocaso de la tendencia convencional, Trendo:
https://www.trendo.mx/_files/ugd/265810_739373c5884a476694cd801c07f3c1cc.pdf



¿QUÉ HACER?

1. Utilizar plataformas y canales de redes sociales populares entre la generación Z, como TikTok, Instagram, Snapchat, etc.
2. Crear contenido visual atractivo y llamativo que se adapte a las nuevas estéticas de la generación Z, como el uso de colores brillantes, efectos de cámara lenta y filtros de realidad aumentada.
3. Apoyar causas sociales y medioambientales relevantes para la generación Z, como la sostenibilidad y la justicia social.
4. Utilizar personajes inspiradores para los gen z en la promoción de productos o servicios.
5. Aprovechar la tendencia de la personalización, permitiendo a los clientes personalizar productos o servicios a través de aplicaciones o sitios web.
6. Aprovechar la tendencia de la experiencia, creando eventos o espacios interactivos para atraer a la generación Z.



¿QUÉ NO HACER?

1. Cuidar mucho el lenguaje. Los GEN Z llevan en la sangre la cultura de la cancelación. Por ejemplo, si se va a realizar una campaña contra el racismo, es importante contar mínimo con una voz racializada dentro de la construcción de la campaña para no caer en sesgos (que pueden ser inconscientes) y le puedan traer crisis a la marca.



RESPIROS DIGITALES

“En un estudio reciente en Canadá, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y EE. UU., el 47 % de los encuestados dijeron que buscan activamente el tiempo de inactividad de los dispositivos habilitados para Internet debido a la fatiga digital. La fatiga digital es real. Obtenemos mucho de las redes sociales y digitales, pero a veces necesitamos tomar un descanso. Es interesante porque las marcas de tecnología están comenzando a responder con lo que llaman "**principios de tecnología tranquila**". Estos son dispositivos ambientales que ayudan a reducir el estrés al realizar ciertas tareas de forma autónoma y enviar notificaciones más suaves”.

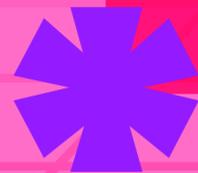
– LISA WHITE, DIRECTORA CREATIVA, WGSN.



Fuente: <https://www.wgsn.com/en/blogs/whats-trending-2023>

¿QUÉ HACER?

1. Ofrecer productos o servicios que fomenten la desconexión digital.
2. Proporcionar opciones para desconectarse de forma temporal o permanente de los servicios de la marca.
3. Crear contenido educativo sobre los beneficios de la desconexión digital y cómo implementarla.
4. Promover campañas para tomar descansos regulares de las redes sociales y las pantallas.
5. Alinear la marca con los valores de la desconexión digital, como la privacidad, la salud mental, el equilibrio, etc.
6. Ofrecer opciones para desactivar las notificaciones y personalizar la frecuencia de las comunicaciones.
7. Utilizar tecnología para ayudar a los clientes a monitorear y controlar su uso de dispositivos y aplicaciones.



¿QUÉ NO HACER?

1. No utilizar el concepto de "respiros digitales" o "desconexión" para promocionar productos o servicios que no se relacionen de manera significativa con la idea de desconexión o descanso digital.
2. No utilizar el concepto de "desconexión digital" o afines, como una forma de evadir la responsabilidad de la seguridad y privacidad de los datos de los consumidores.
3. No utilizar el concepto para justificar la reducción de servicios o funciones en sus productos o aplicaciones móviles.
4. No usar de manera inadecuada el concepto, generando campañas que no sean coherentes con la tendencia.



AR SOCIAL MEDIA



Esta tendencia habla sobre cómo las marcas están encontrando más formas de conectar a los consumidores con la información de otras marcas, productos y servicios a través de la realidad aumentada.

El CEO DE APPLE, Tim Cook, predice que la realidad aumentada (AR) se convertirá en una parte integral de la vida diaria. "Aleja al futuro y mira hacia atrás, te preguntarás cómo llevaste tu vida sin realidad aumentada. Al igual que hoy, nos preguntamos: "¿Cómo crecieron la gente como yo sin Internet?", dijo Cook a la publicación holandesa Bright. "AR es una tecnología profunda que afectará todo".
THE FUTURE 100 - WUNDERMAN THOMPSON.

ARBEON es una start-up de tecnología de realidad aumentada de Corea del Sur que ofrece un servicio de aplicación de redes sociales que combina comercio, conexión, información de productos y creación de contenido de realidad aumentada en una sola aplicación. Los usuarios pueden escanear un objeto para obtener información sobre precios, composición física y compra, y pueden ver etiquetas y conversaciones del producto en las redes sociales de otros usuarios. Además, los usuarios también pueden escanear, "cortar" y animar cualquier objeto o imagen para compartir, publicar y crear en la aplicación y en las plataformas sociales conectadas.

Fuente:

https://www.wundermanthompson.com/insight/ces-2023-key-trends?j=138320&sfmc_sub=37463064&l=65_HTML&u=7524550&mid=110005021&jb=18007

<https://www.arbeon.com/>
https://www.wundermanthompson.com/insight/the-future-100-2023?j=141453&sfmc_sub=37463064&l=65_HTML&u=7634277&mid=110005021&jb=19008

#FORYOU PAGE

Esta tendencia que ya no es tendencia sino un hecho, habla sobre cómo **TikTok** ha llegado a ser una red social importante para la **GENERACIÓN Z** y cómo se basa en una experiencia única de atención y diversión. La idea de la red social es que lo que se ve en ella es para el usuario que la está usando, lo que realmente le gusta y le beneficia.

“Para la **GENERACIÓN Z** es más fácil que te presten su cepillo de dientes, que su **TikTok**: porque se estropea el algoritmo y la manera de **CURARLO** exacto para el gusto personal es íntimo e irrepetible”.
REPORTE DE TENDENCIAS 2023, TREND0.

Fuente:

2023 TENDENCIAS DE TREND0: https://www.trendo.mx/_-files/ud/265810_739373c5884a476694cd801c07f3c1cc.pdf

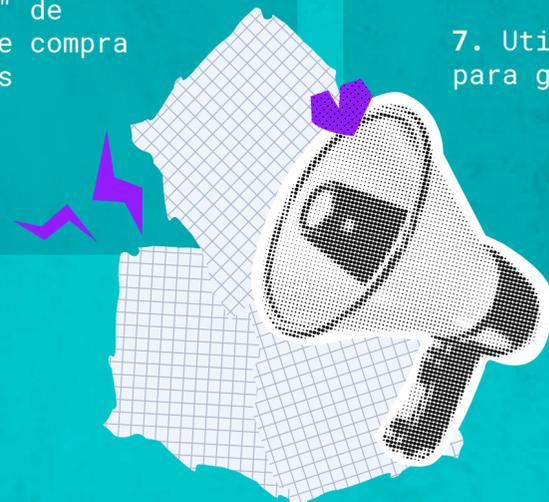


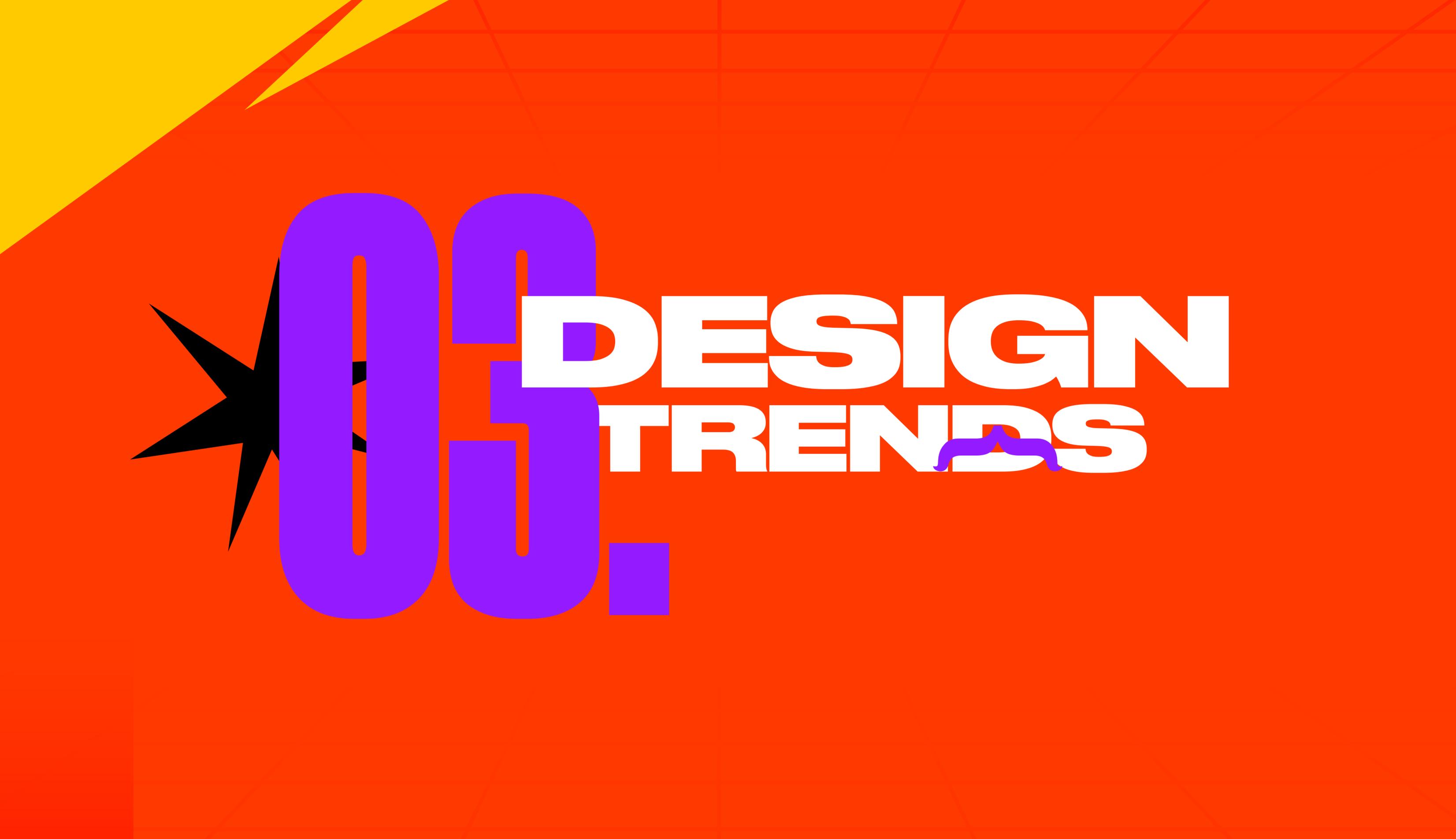
¿QUÉ HACER?

1. Crear contenido relevante y divertido que sea atractivo para los usuarios de TikTok y se adapte a las tendencias populares.
2. Utilizar hashtags populares y relevantes para el contenido de la marca para aumentar la visibilidad.
3. Colaborar con creadores de contenido populares en TikTok para llegar a una audiencia más amplia.
4. Utilizar la función de "duetos" de TikTok para interactuar con otros usuarios y crear contenido colaborativo.
5. Utilizar la función de "desafíos" de TikTok para crear campañas de contenido viral y generar participación de la audiencia.
6. Utilizar la función de "live streaming" de TikTok para crear contenido en vivo y en tiempo real que sea relevante para el público.
7. Utilizar la función de "shopping" de TikTok para crear una experiencia de compra más atractiva e interactiva para los clientes.

¿QUÉ NO HACER?

1. No utilizar hashtags relacionados al tema o spammeros para tratar de obtener más vistas.
2. Crear contenido que no sea relevante o de interés para el público objetivo.
3. Copiar contenido de otros usuarios sin dar crédito o permiso.
4. Utilizar técnicas de automatización para generar contenido o interacciones con otros usuarios.
5. No responder o interactuar con los comentarios o mensajes de los usuarios, esto puede generar una sensación de desinterés por el contenido.
6. Utilizar contenido inapropiado o violatorio de las políticas de TikTok.
7. Utilizar técnicas de clickbait (engañosas) para generar vistas.





100. DESIGN
TRENDS

* DISEÑO 3D *



El **diseño 3D** ha avanzado mucho en los últimos años gracias a herramientas como **Cinema 4D** y las últimas actualizaciones de Adobe, que hacen posible sumergirse en el **mundo 3D** y comenzar a crear tu propio arte tridimensional. Aunque el año pasado se trataba de proporciones realistas, ahora los artistas están empujando los límites de lo que es posible con el **diseño 3D**. Sin embargo, éste no se limita solo al arte digital.

También se puede usar para el diseño de productos, la arquitectura e incluso para ilustraciones (como el papercraft). ¿Por qué no utilizar un **personaje 3D** para tu equipo en lugar de las típicas fotos de perfil? ¿Por qué no convertir una frase específica en 3D en lugar de escribirla en Arial? Sea cual sea tu campo, es probable que puedas incorporar el **arte 3D** en tu trabajo.

Fuente:

<https://www.jukeboxprint.com/blog/15-of-the-Biggest-Graphic-Design-Trends-for-2023>

<https://rockcontent.com/es/blog/tendencias-diseno-grafico/>

MINIMAL VINTAGE

Muchos de nosotros somos culpables de anhelar los "buenos viejos tiempos" cuando se trata de música, moda y diseño. No solo nos recuerda a momentos felices de nuestra vida, sino que también existe la creencia generalizada de que los artistas y diseñadores ponían más corazón y alma en su trabajo en ese entonces. El estilo de diseño vintage evoca un tiempo más sencillo en el que todo se hacía a mano con un ojo para los detalles.

Fuente:

<https://www.jukeboxprint.com/blog/15-of-the-Biggest-Graphic-Design-Trends-for-2023>



ARTE DE IA

La inteligencia artificial ha permeado ya todos los ámbitos de nuestra existencia. Softwares como **Midjourney**, **DALL-E 2** y **Lensa** han sido precursores en llevar la inteligencia artificial a campos impensados como el arte y el diseño. Es importante revisar todo lo que podemos hacer con este recurso, como el proyecto del diseñador @marcosimonetti, que imagina un espacio emergente con "COUCHEVEL" de **JACQUEMUS X NIKE**.

Fuente:

<https://www.instagram.com/p/CmoXhCzoM13/?igshid=MWI4MTIyMDE=>
<https://www.instagram.com/p/CnUK-6Kuu13/>



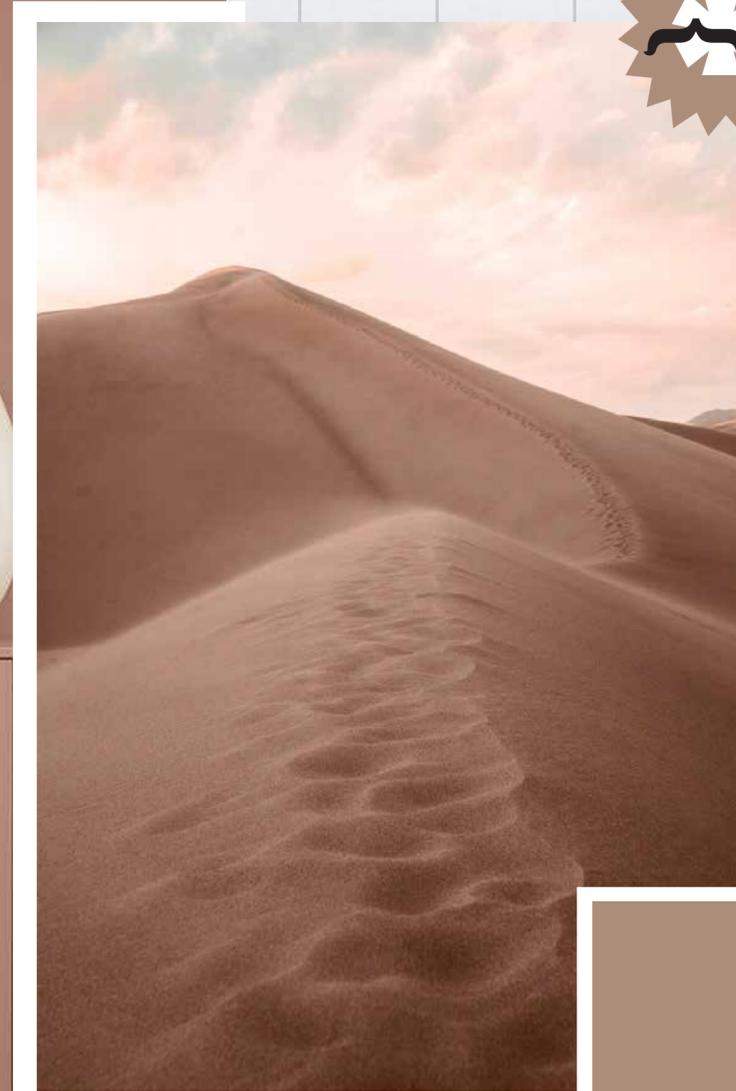


COLOR OF THE YEAR 2023

INTRODUCCIÓN:

Aunque todos los años nos volvemos locos buscando el color del año como si fuera el santo grial, es importante aclarar que últimamente, las empresas que hacen predicciones de colores, están optando por crear paletas completas en lugar de un solo color. Pero no te preocupes, aquí te traemos las predicciones más populares y que desde **Contenidos EL REY**, creemos que serán el próximo boom en diseño. ¡PREPÁRATE PARA VERLOS EN TODAS PARTES!

COLOR OF
THE YEAR
2023



REDEND POINT

SHERWIN WILLIAMS
SW 9081 (195-C4)

Es un tono nutritivo e interesante, un neutral inspirado en el profundo cuidado que sentimos por nuestras comunidades, nuestras conexiones y nuestros oficios. Es sutil, cálido y restaurador, adecuado en espacios comerciales o residenciales donde la mente y el alma pueden relajarse y refrescarse.

PANTONE®

REDEND POINT
SW 9081 (195-C4)

Fuente:
[https://www.sherwin-williams.com/content/colorforecast/colormix-2023/color-of-the-year-2023#:~:text=SW%209081%20\(195%2DC4\)&text=Introducing%20Redend%20Point%20SW%209081,2023%20Color%20of%20the%20Year.](https://www.sherwin-williams.com/content/colorforecast/colormix-2023/color-of-the-year-2023#:~:text=SW%209081%20(195%2DC4)&text=Introducing%20Redend%20Point%20SW%209081,2023%20Color%20of%20the%20Year.)

COLOR OF
THE YEAR
2023



COLOR PELTRE

TRENDO

16-4526 TCX

Trendo empresa enfocada en la investigación de tendencias para Latinoamérica le apuesta al azul como color del año.

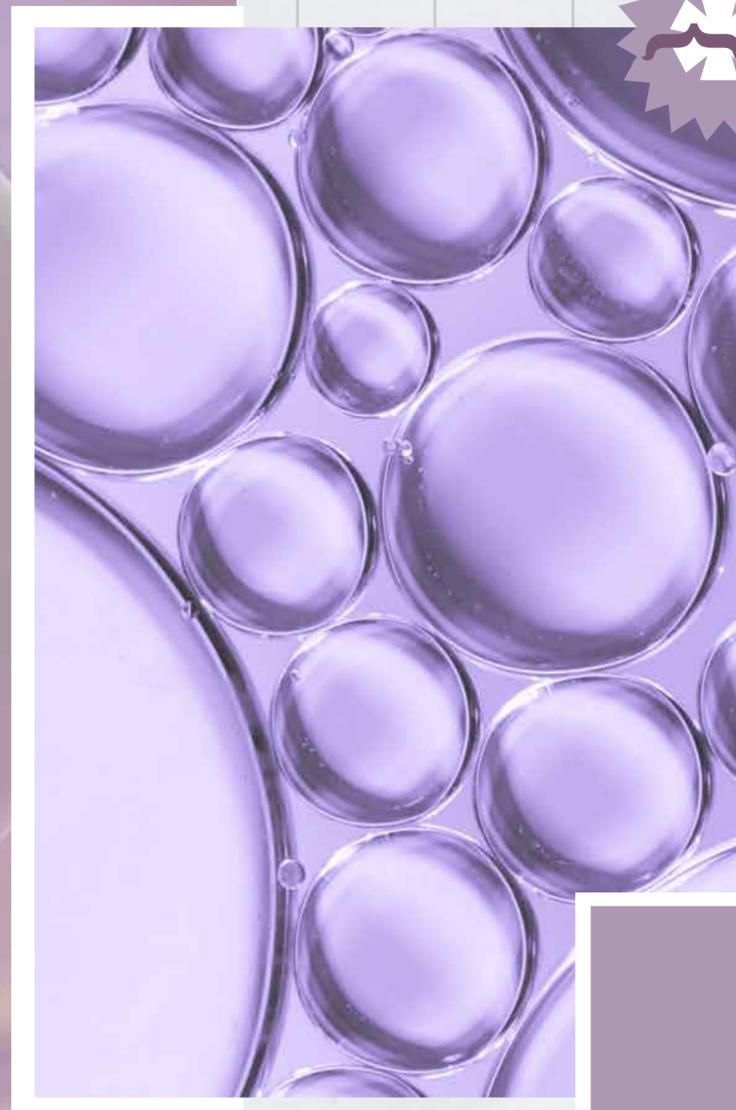


PELTRE
16-4526 TCX

Fuente:
<https://www.trendo.mx/color-peltre>

COLOR OF
THE YEAR
2023

Moly
A5-10



PANTONE®

MOLY
A5 - 10

COLOR *MOLY*

COMEX

A5 - 10

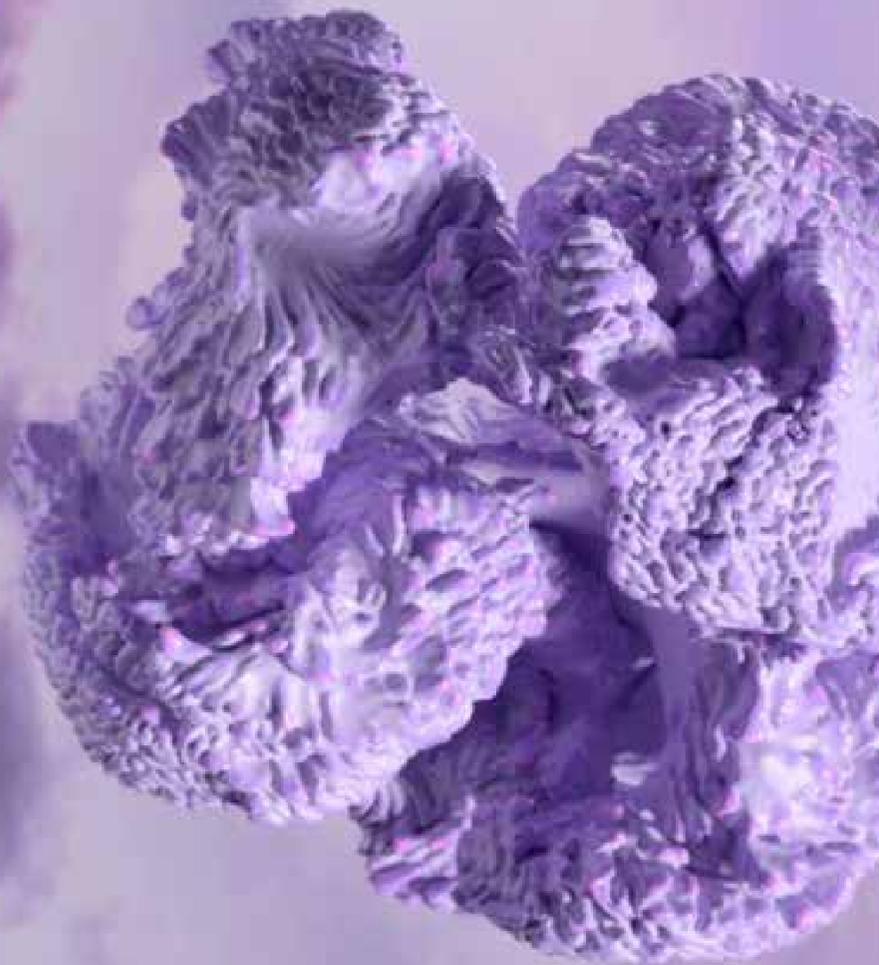
De acuerdo a **COMEX**, Moly es un color que "tiene un punto de humor y calidez, necesarios para adaptarse a lo imprevisible y fluir con una realidad cuya única constante es el cambio".

Fuente:

<https://www.admagazine.com/articulos/el-color-del-2023-segun-comex-es-moly>

<https://www.instagram.com/p/CjYoF3zu4w1/>

COLOR OF
THE YEAR
2023



DIGITAL LAVENDER

COLORO

EL SISTEMA DE COLORES DEL MISMO GRUPO DE WGSN

“Los expertos en colores y textiles del pronosticador de tendencias internacional WGSN y los creadores del sistema de color Coloro han predicho conjuntamente que Digital Lavender será el color del año en 2023. Una mirada más cercana a la sombra revela cómo produce una variedad de estados de ánimo, transmitiendo una sensación de calma y alegría al mismo tiempo.” **IMM COLOGNE**

Fuente:

<https://www.imm-cologne.com/magazine-archive/design-and-architecture/digital-lavender/>

https://www.instagram.com/coloro_/

COLOR OF
THE YEAR
2023

PANTONE

Y TE PREGUNTARÁS ¿DÓNDE ESTÁ PANTONE?

¡AJÁ! Aquí tienes la información sobre el color del año de PANTONE, pero no te emociones demasiado, es más bien como una predicción del tiempo en un día lluvioso. Desde hace unos años, PANTONE se ha quedado sin ideas y el color del año es tan relevante como una media sin pareja. No se ha visto en ninguna colección o tendencia, así que no te preocupes si no lo ves en todas partes.

PANTONE®

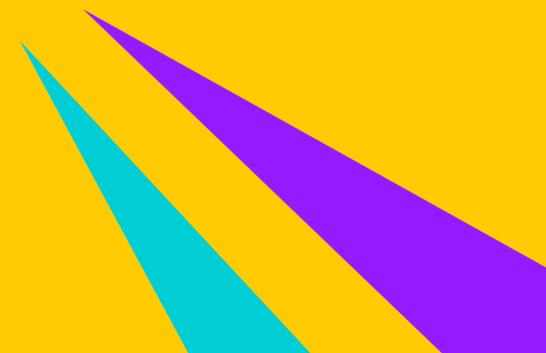
MAGENTA
18-1750

Fuente:
<https://www.pantone.com/eu/es/articulos/color-of-the-year/what-is-viva-magenta>



04 PLUS

HABLANDO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL POR AQUÍ
EL DIRECTORIO MÁS FAMOSO EN ESTA MOVIDA:



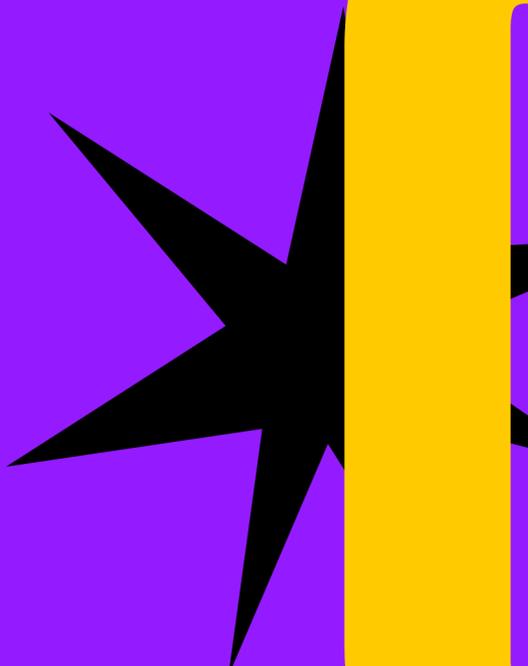
FUTUREPEDIA

¿Necesitas encontrar la inteligencia artificial perfecta para tu labor pero no sabes por dónde empezar? ¡**FUTUREPEDIA ES TU SOLUCIÓN!** Es como un directorio de **IAS** en Internet, con 5 nuevas herramientas agregadas diariamente y detalles sobre si son gratuitas o de pago. Además, puedes buscar IAs específicas utilizando su buscador integrado.

Deja que Futurepedia te guíe en tu búsqueda de la IA perfecta para tus labores operativas diarias, o los proyectos que tienes en mente.

Entra a ver todas las herramientas con AI aquí:
<https://www.futurepedia.io/>

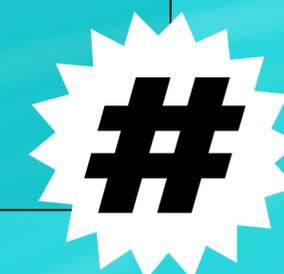




OT **GOOGLE**
AMARÁ ESTAS
BÚSQUEDAS

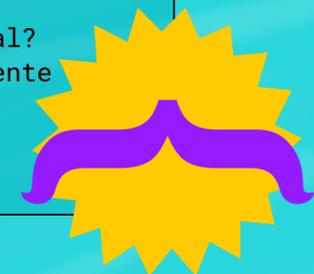


TENDENCIA	TEMAS CON MAYOR EFICIENCIA E INTERÉS	PREGUNTAS INTERESANTES
LA AI ACAPARA TODO	<ul style="list-style-type: none">· Asistentes Virtuales· Tipos de Inteligencia Artificial· Tipo de Aprendizaje	<ul style="list-style-type: none">· ¿La inteligencia artificial ha superado a la ciencia de datos?· ¿La inteligencia artificial puede tener ética y moral?· ¿Puede la inteligencia artificial superar al cerebro humano?· ¿Qué tipo de problemas se pueden resolver con IA?
TIKTOK MAKE DO IT	<ul style="list-style-type: none">· Tik Tok Plus· Tik Tok sin marca de agua· Tik Tok SSS	<ul style="list-style-type: none">· ¿Se puede descargar masivamente los videos de Tik Tok?· ¿Se puede subir videos a TikTok desde la PC?· ¿Cómo descargar videos de TikTok sin marca de agua?· ¿Cómo conseguir seguidores en TikTok gratis?
LA CULTURA RAVE	<ul style="list-style-type: none">· High Tech· Acid House· Reino Unido	<ul style="list-style-type: none">· ¿Qué significa que te guste la música electrónica?· ¿Qué piensas sobre la cultura rave?· ¿Qué es una fiesta rave y por qué es ilegal?
UGC COMO NUEVA FORMA DE INFLUENCIAR	<ul style="list-style-type: none">· Redes Sociales· UGC Marketing· UGC Creador Contenido	<ul style="list-style-type: none">· ¿Qué es UGC en redes sociales?· ¿Cuál es el futuro del marketing?· ¿Qué es un UGC creador de marketing?
MARCAS BLANCAS	<ul style="list-style-type: none">· Economía de escala· Campañas Publicitarias· Cuota de Mercado	<ul style="list-style-type: none">· ¿Qué hacen las marcas comerciales?· ¿Vale más la marca que el producto?· ¿Qué son las marcas blancas?
LA ERA DE LA SANACIÓN	<ul style="list-style-type: none">· Función de los órganos· Terapia con colores· Reflejos de la cabeza	<ul style="list-style-type: none">· ¿Qué es el método de sanación hawaiana?· ¿Es posible adelgazar con la meditación?· ¿Es la sanación pránica sólo una ilusión o realmente funciona?





TENDENCIA	TEMAS CON MAYOR EFICIENCIA E INTERÉS	PREGUNTAS INTERESANTES
ADIÓS A LA ESTÉTICA CONVENCIONAL CON LOS GEN Z	<ul style="list-style-type: none">· Vida Cotidiana· Cambio Climático· Salud Mental	<ul style="list-style-type: none">· ¿Cuáles son las características de la Generación Z?· ¿Cómo mejorar el compromiso laboral de la Gen Z?· ¿Qué piensan los millenials de la generación Z?· ¿Por qué la Generación Z se llama así?
RESPIROS DIGITALES	<ul style="list-style-type: none">· Jornada Laboral· Dispositivos Electrónicos· Teléfonos Móviles	<ul style="list-style-type: none">· ¿Cuáles son los 3 hábitos diarios que cambiarán tu vida?· ¿Cuánto tiempo podrías aguantar sin WiFi o celular?· ¿Qué es el síndrome del objeto brillante?
AR EN SOCIAL MEDIA	<ul style="list-style-type: none">· Manos Libres· Espacio Físico· Campaña Publicitaria	<ul style="list-style-type: none">· ¿Cuál es el futuro de los códigos QR?· ¿Cómo ayuda la realidad aumentada en nuestra vida diaria?· ¿Qué software es mejor para crear realidad aumentada?
DISEÑO 3D	<ul style="list-style-type: none">· Diseño 3D de Casas· Diseño 3D Programas	<ul style="list-style-type: none">· ¿El modelado 3D tiene futuro?· ¿Se puede construir una casa en impresión 3D?· ¿Qué programa de diseño 3D es el mejor?
MINIMAL VINTAGE	<ul style="list-style-type: none">· Minimalist Vintage Background· Minimalist Vintage Logo	<ul style="list-style-type: none">· ¿Qué es un logo minimalista?· ¿Cuáles son los elementos de diseño minimalista?· ¿Qué es un estilo de decoración minimalista?
ARTE DE IA	<ul style="list-style-type: none">· Diseño Gráfico· Obra de Arte· Bases de Datos	<ul style="list-style-type: none">· ¿Puede el arte ser creado por la Inteligencia Artificial?· ¿El arte hecho por la inteligencia artificial es realmente arte?· ¿Cómo se pueden crear obras de arte con inteligencia artificial?





TENDENCIA	TEMAS CON MAYOR EFICIENCIA E INTERÉS	PREGUNTAS INTERESANTES
COLOR DEL AÑO 2023	<ul style="list-style-type: none">· Mundos Virtuales· Rojo Animado· Viva Magenta Desciende	<ul style="list-style-type: none">· ¿Cuál es el color que representa la vida?· ¿Qué significa el color rojo para los japoneses?· ¿Cuál es el color del año de 2023 elegido por Pantone?

Fuente: SemRush - Topic Research

MÁS TENDENCIAS E INFORMACIÓN RELEVANTE AQUÍ:

- https://www.trendwatching.com/2023-trend-check?utm_campaign=FTU%20Weekly%20&utm_medium=email&_hsmi=236042891&_hsenc=p2ANqtz-_m1TIv4p0vLORcdSfmIbCI1LBUR4_GhNY04t--0tC07gGqeAAIJoyFNpgDLPIPrRy8tt4qvuXrPaauuyKuKPFw-BVIpBFyQwuHvR_zoCAkvBIBIzw&utm_content=236042891&utm_source=hs_email
- https://www.trendo.mx/_files/ugd/265810_a09d19948fef43e2be7a35af80547d50.pdf
- <https://www.sherwin-williams.com/content/colorforecast>
- https://www.trendo.mx/_files/ugd/265810_739373c5884a476694cd801c07f3c1cc.pdf
- https://www.pinterest-assets.com/AssetLink/x7m37u2ofmdf13vsx61470s1xx66it21/Pinterest-Predicts-2023_ES.pdf
- <https://openai.com/research/>
- <https://www.wundermanthompson.com/>
- https://www.wundermanthompson.com/insight/the-future-100-2023?j=141453&sfmc_sub=37463064&l=65_HTML&u=7634277&mid=110005021&jb=19008





CONTENIDOS
EL REY®