

TENDENCIAS 2023

DISEÑO, COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA



introducción

Para 2023, las formas de comunicación en el medio digital aunadas al desarrollo tecnológico retoman tendencias que, por su impacto, han logrado mantenerse. El uso de colores, tipografías, y hasta la distribución del contenido para 2023 utiliza tendencias de los 70 y 80, motivos geométricos y el uso de caricaturas para volverse más cercana.

Por otro lado, la transición hacia nuevas formas de comunicar mediante la tecnología nos acerca más al Metaverso y a apoyarnos en la inteligencia artificial para hacer la experiencia única para cada uno de los usuarios. En este documento mostramos algunos ejemplos de las tendencias de comunicación vigentes y que estaremos viendo constantemente este año.

En EPIC somos un equipo con amplia experiencia en comunicación, relación con medios, manejo de crisis y estrategia digital. Desarrollamos estrategias de comunicación para lograr los objetivos de tu marca, trabajamos en el mejoramiento de la reputación y posicionamiento y actuamos de manera oportuna y precisa ante las crisis.

Es por esto que utilizamos estas tendencias como herramienta creativa para realizar proyectos actualizados y adaptados al mercado, para lograr los objetivos de tu marca.

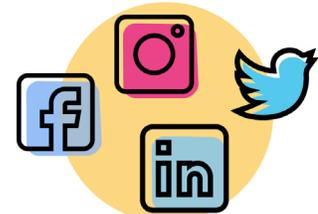
diseño

GRÁFICOS

1. Clean Style: Este estilo hace espacio solamente a lo esencial y elimina todos los elementos innecesarios.



2. 70s retro Combinaciones de colores brillantes con delineados delgados y negros que enmarcan el gráfico.



Acércate a tu audiencia a través de tus **Redes Sociales**



3. 3D simplificado Retoma los sentimientos por juguetes infantiles, con formas suaves y curvas.



4. Línea abstracta: “The crazier, the better.” Personajes de caricatura que siguen los conceptos de los 70.



5. Naturaleza Al igual que en 2022, la naturaleza sigue estando presente en las composiciones, mezclada con elementos tecnológicos y ficticios.



6. Vintage: Vuelven los gráficos tipo “cartulina”, con fondos de colores con elementos “mal puestos” para resaltar la información.



7. Geometría: La combinación de formas geométricas sirve para mantener un estilo simple, accesible y claro, que lo hace sentir amable e infantil.



8. Antigraavedad: Los elementos flotan para dar movimiento y buscan enfocar la atención del usuario en el objeto.



TIPOGRAFÍA

- 1. Serif artística** Las tipografías serif son un símbolo de elegancia y sofisticación que se combinan con elementos artísticos para salir de la rutina cuadrada.



- 2. Maxi: letras grandes** Rompen con la composición para llamar la atención y resaltan el mensaje más importante.



- 3. Helvética** Es una tipografía minimalista que da un toque de profesionalismo y sofisticación. Es limpia y de lectura fácil, ideal para negocios.



COLORES

1. Blurs y degradados suaves

Los degradados siguen presentes, pero ahora acompañados de blurs y multicolores pastel.

¿Qué hacemos?

Servicios Con perspectiva de género y rigor metodológico, colaboramos con instituciones y organizaciones para lograr mejores resultados en los siguientes aspectos:

DISEÑO DE POLÍTICAS Y PROGRAMAS PÚBLICOS.	EVALUACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA DE POLÍTICAS, PROGRAMAS Y PROYECTOS PÚBLICOS.	ANÁLISIS DE IMPACTO: SOCIAL, GÉNERO, ECONÓMICO Y MEDIOAMBIENTAL.
IMPARTICIÓN DE TALLERES Y CAPACITACIONES EN POLÍTICA PÚBLICA.	IDENTIFICACIÓN Y DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES.	EVALUACIÓN MULTIDIMENSIONAL: DISEÑO, ESTRUCTURA, PROCESOS, RESULTADOS E IMPACTO.
SISTEMAS DE SEGUIMIENTO, MONITOREO Y SISTEMATIZACIÓN DE POLÍTICAS Y PROGRAMAS.	ANÁLISIS DE RIESGO Y ESTRATEGIAS DE MITIGACIÓN.	ANÁLISIS DE COYUNTURA Y CREACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INCIDENCIA INTEGRALES (PERSPECTIVA DE GÉNERO).
ESTRATEGIAS DE RELACIONAMIENTO GUBERNAMENTAL.		

¿En qué nos diferenciamos?

ESPECIALIDAD EN PERSPECTIVA DE GÉNERO.



2. Paleta arcoíris

Apela a la diversidad mediante los colores. El uso de colores brillantes y vivos hacen las composiciones más atractivas, futuristas y sensoriales.





WEB 3.0

Los datos son los protagonistas.

Ofrece la posibilidad de personalizar la experiencia del usuario mediante la conexión con la data alojada en la nube.

Mediante el uso de Big Data con IA, las aplicaciones se podrán conectar entre sí para detectar los gustos de cada usuario y ofrecer servicios mediante experiencias personalizadas.

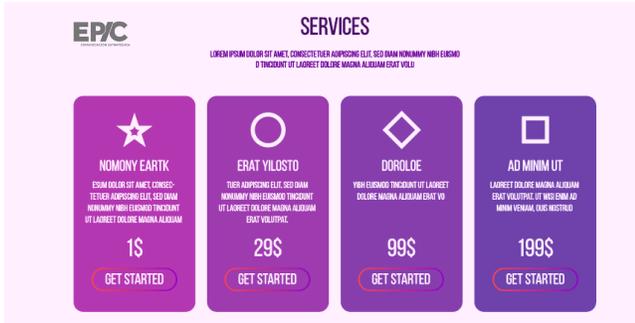
Protagonismo del Metaverso como parte de las experiencias, data y la Inteligencia Artificial.



web

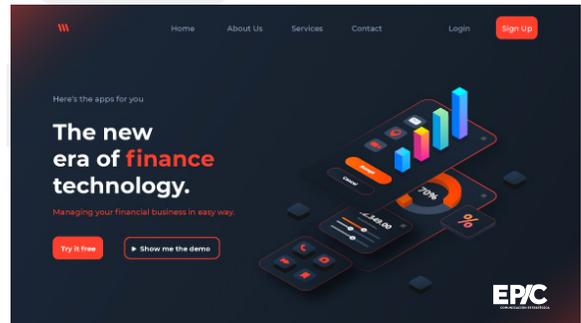
1. Contenido en cajas

Elimina lo innecesario y organiza el contenido mediante elementos que llevan al usuario a seguir el orden correcto.



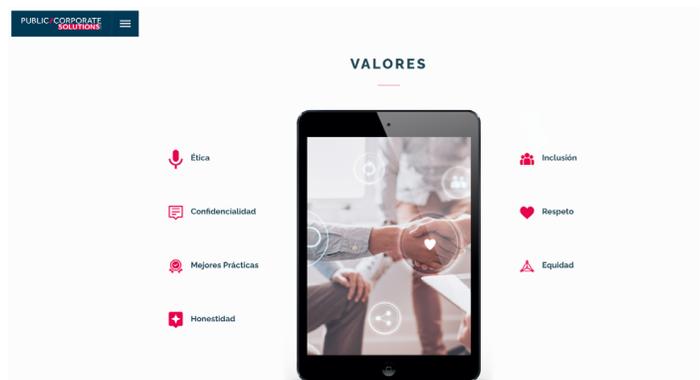
2. Scrollytelling

Crema una conexión con el usuario y detona emociones mediante la revelación pausada del producto. Una experiencia más interactiva usando el efecto Parallax.



3. Mock ups

Da al usuario una experiencia completa al promocionar un producto o servicio, mostrándole un estilo de vida realista.

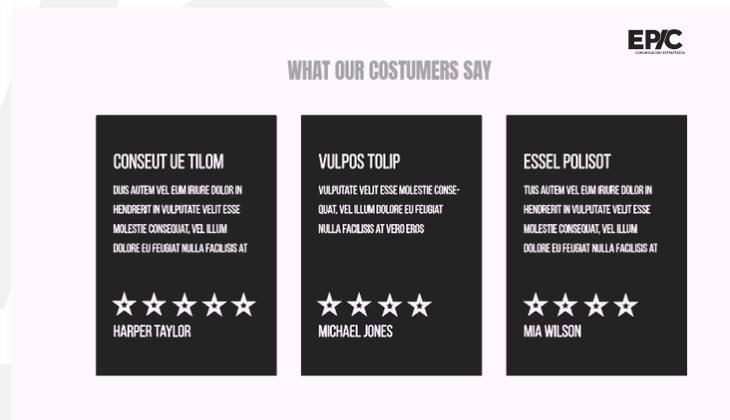


4. Diseño emocional

Se anticipa a las necesidades del usuario reconociendo las interacciones que tiene con la página web o app, lo que lo hace sentir importante.

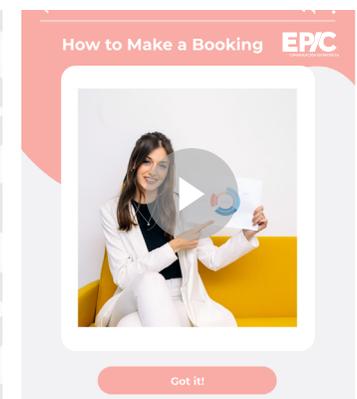
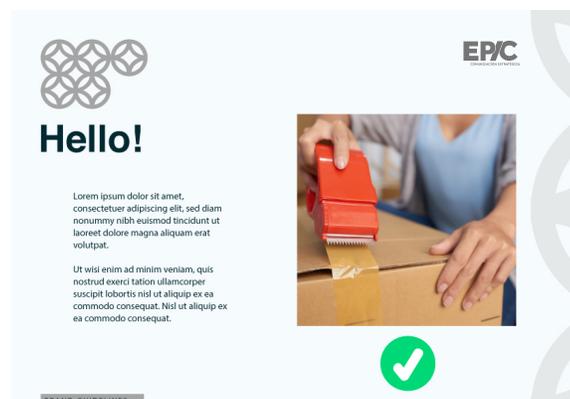
Puede ser:

- **Visceral:** primera impresión
- **De comportamiento:** mediante la experiencia.
- **Reflexivo:** generar lealtad mediante las emociones.



5. Micro interacciones + Micro video

La mayoría de los usuarios quieren ver el servicio o producto en funcionamiento mediante videos cortos y funcionales. Se identifica con la marca mediante representaciones reales y experiencias personalizadas.



comunicación

- 1. Sustentabilidad** Los usuarios siguen apostando por empresas que se muestran preocupadas por el planeta y el medio ambiente.

Seguirán cuestionando y orillando a las marcas a tener un impacto positivo y real, evitando el greenwashing.
- 2. Reputación** Las empresas deben apostar por un blindaje reputacional previo a una posible crisis. Mediante manuales y guías de manejo de crisis tendrán la pauta para mitigar los efectos dañinos.
- 3. Monitoreo** Es importante que las marcas estén atentas a la conversación entre sus clientes para aterrizar una estrategia de comunicación personalizada, enfocada en satisfacer las necesidades actuales y anticiparse a las nuevas.
- 4. Automatización** Los consumidores no se desconectan, la automatización mediante chatbots, sigue estando vigente.
- 5. Sociedad** Seleccionar cuidadosamente a influencers con valores y estilo de vida alineados a la marca para que sean embajadores creíbles.
- 6. Código QR** La era digital cada día avanza más, así como la tecnología. En ambientes de rápida afluencia, un Código QR puede brindar más información de tu marca a otros, al instante. Tarjetas digitales, links de páginas de contacto.

7. Intent data Generar leads y traducirlos en ventas mediante las métricas bien estudiadas y analizadas.

8. Podcasting Las personas ya no quieren dejar de hacer sus actividades recreativas e informativas por cumplir con otras. Es por eso que los podcast permanecen, para acompañar al usuario con información relevante, mientras hace otras cosas.

9. Ambientes híbridos Nuestra forma de comunicarnos y colaborar cambió totalmente. Debemos enfocarnos en ofrecer las herramientas adecuadas para un seguimiento adecuado de sus labores desde la casa, oficina u otros ambientes.

P/C
SOLUTIONS
LATAM

mercado te enia

1. Métricas

La Big Data ofrece múltiples formas de adecuar nuestras estrategias a los resultados obtenidos, casi en tiempo real. Es importante tomar en cuenta las métricas para generar un impacto exitoso.

2. Mensajes enfocados

Segmentar nuestras audiencias genera mejores resultados. En vez de enviar mensajes generalizados, enfocarlos a los segmentos o nichos exitosos para optimizar esfuerzos e inversión.

3. Video

Los usuarios prefieren un video corto, personalizado y conciso a una explicación aburrida de la marca.

4. Contenido curado

No solo debemos crear contenido original, sino también generar alianzas que aporten valor a nuestra marca compartiendo investigaciones, noticias de la industria, o entrevistas con expertos para fortalecer relaciones B2B.

5. Automatización y contenido

Ofrecer contenido valioso que desarrolle conexiones con terceros y se anticipe a las necesidades de nuestros consumidores.

6. Anuncios

Subir anuncios a páginas, perfiles o redes afines a los objetivos de la marca para llegar a la audiencia indicada.

7. Multicanal

Hoy en día ya no basta con enviar un tuit. Los mensajes deben ir acompañados por herramientas personalizadas como email marketing, mensajes automatizados, distintas redes sociales, alianzas, patrocinios o embajadores de marca para ser 360 grados.

8. Webinars

Los webinars son excelentes herramientas para acercarnos a los usuarios, ofreciéndoles experiencias personalizadas e inmediatas con expertos en los temas que le interesan.



PUBLIC / CORPORATE
SOLUTIONS

 [pcsolutions.lat/](https://www.pcsolutions.lat/)



**Public and Corporate
Solutions LATAM.**

contacto@pcsolutions.lat

Elaborado por:
Ingrid Yopez
María Ferrer