



# TENDENCIAS DIGITALES: 2024

El 2023 ha sido un año definitorio en el ámbito de la inteligencia artificial, marcando un hito en la evolución de la tecnología. Sin embargo, es solo el comienzo. El 2024 promete no solo seguir esta trayectoria impresionante, sino también expandir, revelando nuevas dimensiones y posibilidades en el vasto universo digital.

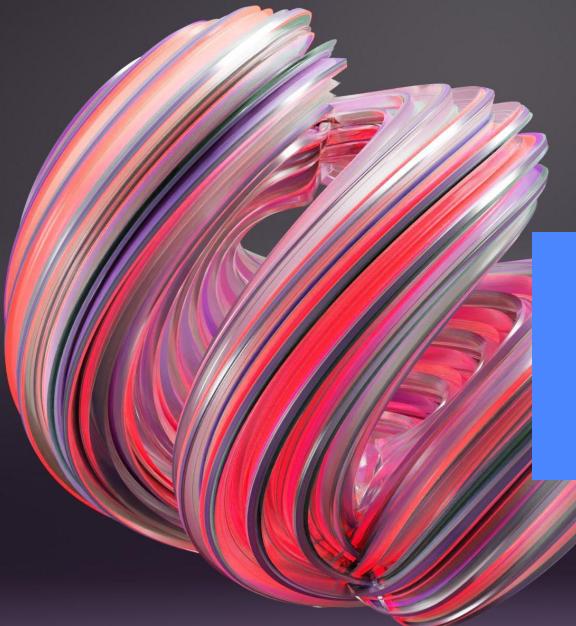
# Presentación

## Contenidos

Descubre las últimas tendencias que moldearán el panorama digital en 2024. Desde el avance sin precedentes de la inteligencia artificial generativa hasta los cambios normativos y tecnológicos que definen nuestra interacción con el mundo digital. Sumérgete en un análisis profundo de cómo la evolución tecnológica está redefiniendo las plataformas digitales, la publicidad y nuestras estrategias de marketing digital.

## Índice

- Text to video & Image to video
- Regulación de la IA
- Evolución de plataformas
- Otras tecnologías
- Conclusiones



01

# **Text to video & Image to video**

## Capítulo 1

En 2022, se presentaron las primeras plataformas de texto a imagen, como DALL·E o Midjourney. En **menos de 24 meses, su evolución se ha considerado que ha llegado más allá de lo esperado**, con imágenes de alta calidad y gran versatilidad.

La gran pregunta es si 2024 será para el **text-to-video y image-to-video**, lo que fue para texto-to-image 2023. Es decir, ¿qué evolución podemos esperar de ello? ¿Hasta dónde llegarán?

En este punto, **plataformas como Runway AI o Pika.Art, que acaba de obtener 55 millones de dólares de inversión, están liderando el desarrollo y evolución de esta pata de la IA Generativa**. Desde la generación de pequeños clips de vídeo desde prompt de texto o dar 'vida' a imágenes, simulando movimientos de cámara.

En este punto, 2024 se presenta como un año emocionante, deseando ver hasta dónde podremos llegar a contar historias gracias al text-to-video.



V1



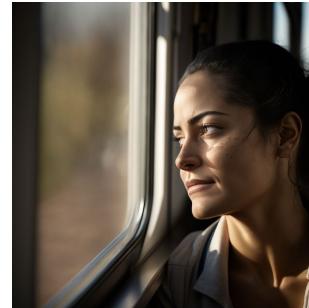
V2



V3



V4



V5.2





02

# Regulación de la IA

## Capítulo 2

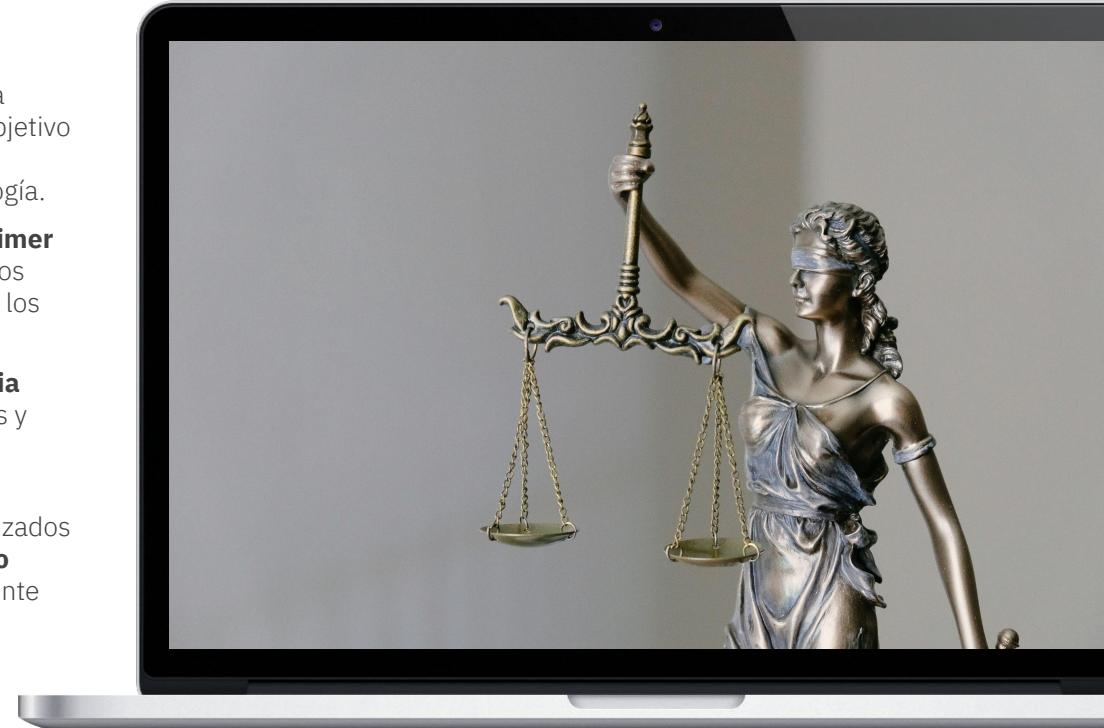
# Regulación de la IA

La **Unión Europea** se encuentra a la vanguardia en la regulación de la **inteligencia artificial (IA)**, con el objetivo de garantizar un enfoque humanista y considerar las oportunidades y amenazas que conlleva esta tecnología.

En abril de 2021, la Comisión Europea propuso el **primer marco regulador de la UE para la IA**, que clasifica los sistemas de IA según el riesgo que representan para los usuarios.

Esta normativa, conocida como la **Ley de Inteligencia Artificial**, establecerá obligaciones para proveedores y usuarios en función de cuatro niveles de riesgo de la inteligencia artificial.

La prioridad es garantizar que los sistemas de IA utilizados en la UE sean **seguros, transparentes, trazables, no discriminatorios y respetuosos** con el medio ambiente



# Tecnologías peligrosas basadas en la IA

La Unión Europea, a través de su Ley de Inteligencia Artificial, busca **establecer un marco legal claro para proteger los derechos y la privacidad de los ciudadanos** frente al uso indebido de la IA.

Esta ley identifica y prohíbe específicamente prácticas consideradas como una amenaza para las personas, tales como:

- **Manipulación del comportamiento** humano.
- Sistemas de **puntuación social**.
- **Vigilancia** masiva y generalizada.
- Sistemas que violen los derechos fundamentales de la UE.

Además, la ley se enfoca en prevenir la utilización de IA para actividades sensibles, como la perfilación y evaluación de riesgos, la vigilancia de personas beneficiarias de prestaciones sociales, la predicción de la probabilidad de comisión de delitos o la toma de decisiones sobre peticiones de asilo.

Se incluye también la prohibición de exportar sistemas de vigilancia invasiva.

Uno de los objetivos clave es evitar que las grandes empresas tecnológicas se autorregulen en este ámbito, poniendo un énfasis especial en la protección y promoción de los derechos humanos y estableciendo requisitos claros que deben cumplir los sistemas de IA.



# **Evolución de plataformas**

## Capítulo 3

La **IA Generativa** está revolucionando las grandes plataformas digitales, transformando cómo trabajamos y accedemos a la información.

Microsoft lidera este cambio con herramientas como Copilot, desarrolladas en alianza con OpenAI. Google, Adobe y Hubspot también están adoptando esta tecnología, abarcando desde la búsqueda hasta la creación de contenido.

Además, las plataformas publicitarias están comenzando a lanzar sus propias tecnologías de **IA Generativa, facilitando la creación de anuncios publicitarios**, desarrollo de copies o adaptación a múltiples formatos.

## Publicidad hiper personalizada

La IA Generativa abre nuevas posibilidades en la creación de anuncios, permitiendo a marcas y plataformas como Google y Meta diseñar campañas más dinámicas, personalizadas y efectivas.



# Google

## Google Duet, Vertex, Bard, SGE

Google ha estado innovando en **herramientas de IA generativa** con desarrollos como Duet AI, Vertex, Bard y su nuevo motor de búsqueda SGE.

- **Duet AI**, integrado en Google Workspace, facilita funciones como clasificación automática de datos, creación de planes personalizados y asistencia en redacción y diseño, optimizando flujos de trabajo. Disponible también para Google Workspace Enterprise, ofrece capacidades avanzadas de redacción y organización en diversas aplicaciones de Google.
- **Vertex** se centra en la construcción y despliegue de modelos de aprendizaje automático, y Bard en la escritura creativa.
- El **motor de búsqueda SGE** busca revolucionar la búsqueda integrando IA.

Estos desarrollos reflejan el **enfoque de Google en incorporar la IA generativa en sus productos y servicios**. No dudes en seguir estas tecnologías en 2024.



# Google

## Gemini

El 06 de diciembre de 2023, Google ha hecho el gran anuncio de Gemini, su modelo de lenguaje más grande y capaz. **Está entrenado en un conjunto de datos masivo de texto, imágenes, video, audio y código**, con un enfoque multimodal de forma nativa. Según Google esto le ha permitido obtener mayores niveles de comprensión que el propio ChatGPT.

En 2024, se espera que Gemini tenga un **impacto significativo en la sociedad y en las empresas**. A nivel de sociedad, se integrará en productos y servicios de Google, como Bard, para mejorar la experiencia del usuario. Por ejemplo, Gemini podría utilizarse para generar respuestas más personalizadas a las preguntas de los usuarios, o para traducir idiomas de forma más precisa.

A nivel de empresa, Gemini podrá utilizarse para mejorar la eficiencia y la productividad. Además, también afectará al **desarrollo de nuevos productos y servicios**, como sistemas de recomendación personalizados o asistentes virtuales más avanzados.

En general, y según Google, **Gemini tiene el potencial de transformar la forma en que interactuamos con la tecnología**.

# Welcome to the Gemini era

Gemini is built from the ground up for multimodality — reasoning seamlessly across text, images, video, audio, and code.



# Adobe

## Sensei

Adobe ha desarrollado capacidades de **IA Generativa** a través de Adobe Sensei, que es capaz de **crear contenido nuevo y único**, como **textos, imágenes, videos y experiencias digitales**.

Esta tecnología se ha integrado en diversas herramientas de Adobe, como **Firefly**, que permite la creación de una variedad infinita de imágenes a partir de comandos de texto, y la ampliación generativa en Photoshop y la conversión de texto a gráficos vectoriales en Illustrator.

La IA generativa de Adobe **no se limita solo a imágenes, sino que también puede producir videos, documentos y experiencias digitales** a partir de instrucciones de texto y otras entradas.

Estas capacidades están redefiniendo la creatividad y la productividad en la plataforma, permitiendo a los usuarios explorar nuevas formas de imaginar, experimentar y dar vida a sus ideas.



# HubSpot

## Chatspot

HubSpot ha incorporado diferentes herramientas de IA Generativa para la creación de **copias** e **imágenes**, entre otras capacidades. Sin embargo, su gran evolución es ChatSpot, que todavía se encuentra en **fase Beta**. ChatSpot es un asistente de contenido basado en IA que se integra completamente en la plataforma de HubSpot y está disponible en sus versiones gratuitas.

Esta herramienta, fruto de la **colaboración de HubSpot con OpenAI**, facilita varias tareas vinculadas a la experiencia del usuario en el chat con base en el lenguaje natural

¿Cómo Amazon va a incluir un nuevo sistema de LLM en Alexa y nos afectará en los procesos de compra? ¿Será para

X, antiguo Twitter, el desarrollo de un LLM la solución que hará a los usuario recuperar la confianza en la plataforma? O incluso Meta será capaz de usar la IA

Generativa de una forma disruptiva y que aporte valor, más allá de la creación de imágenes.

**2024  
obligará a  
actuar a las  
grandes  
plataformas.**



# 04

## Otras tecnologías

### Capítulo 4

En el próximo 2024 exploramos tecnologías emergentes que están redefiniendo nuestro mundo: la computación cuántica, la ciberseguridad y la biotecnología, entre ellas.

Sin embargo, antes de finalizar el 2023 queremos centrarnos en tres cambios a los que nos enfrentaremos. Nos encaminamos hacia un entorno **Cookieless, lo que cambiará radicalmente la publicidad** digital al eliminar las cookies de terceros.

Además, la integración de IA generativa con texto a 3D está preparada para hacer la **VR/AR más accesible y costeable**.

Estas innovaciones, junto con los cambios en la regulación digital, tendrán un **impacto significativo en el manejo del Big Data** por parte de las empresas, presentando nuevos desafíos y oportunidades en el ámbito de la ciberseguridad.



### Revolución en publicidad digital

La transición hacia un mundo cookieless marcará un antes y un después en las estrategias publicitarias, impulsando a las empresas a adoptar métodos más innovadores y centrados en la privacidad.



### Transformación en realidad virtual/aumentada

La combinación de IA generativa y tecnologías de texto a 3D promete democratizar el acceso a la VR/AR, abriendo un mundo de posibilidades en diversos sectores, desde educación hasta entretenimiento.

# Cookieless

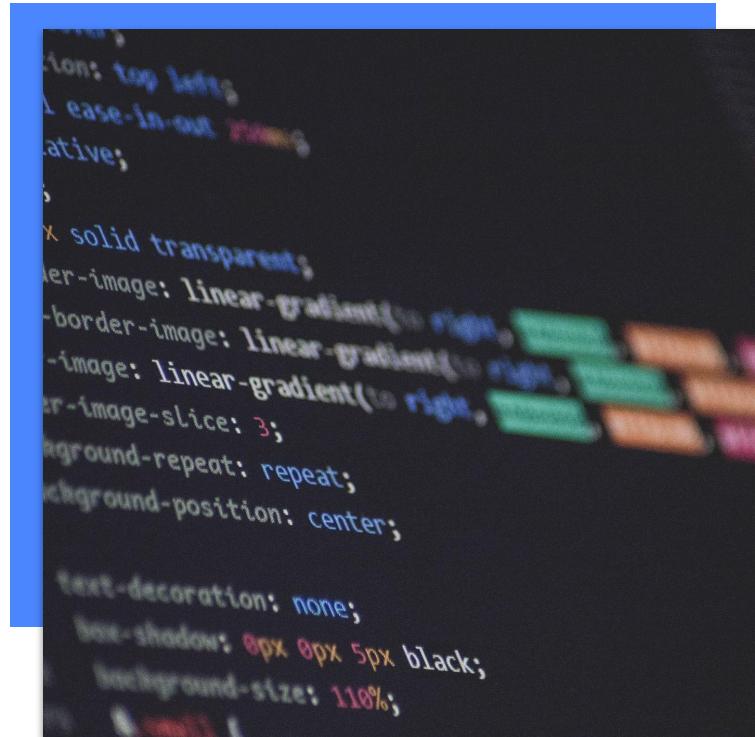
En 2024, la transición hacia un entorno 'Cookieless' redefinirá la publicidad digital.

Este cambio, motivado por la preocupación por la privacidad y seguridad de los datos, exigirá a los **sitios web** y **anunciantes** buscar alternativas a las **cookies de terceros**.

Se prevé un incremento en el uso de **first-party cookies**, establecidas directamente por los sitios visitados, manteniendo una herramienta clave para recopilar datos del usuario.

Frente a la decisión de Google de no crear identificadores alternativos, otras entidades podrían ofrecer soluciones similares. Además, el **targeting contextual**, basado en el análisis del entorno de la página web más que en el seguimiento individual, ganará relevancia.

La **colaboración directa entre anunciantes y editores de sitios** también se perfila como una estrategia prometedora. En resumen, las empresas están diversificando sus enfoques y tecnologías para **adaptarse** a un **panorama publicitario** sin cookies de terceros, buscando **equilibrar eficiencia publicitaria y privacidad del usuario**.



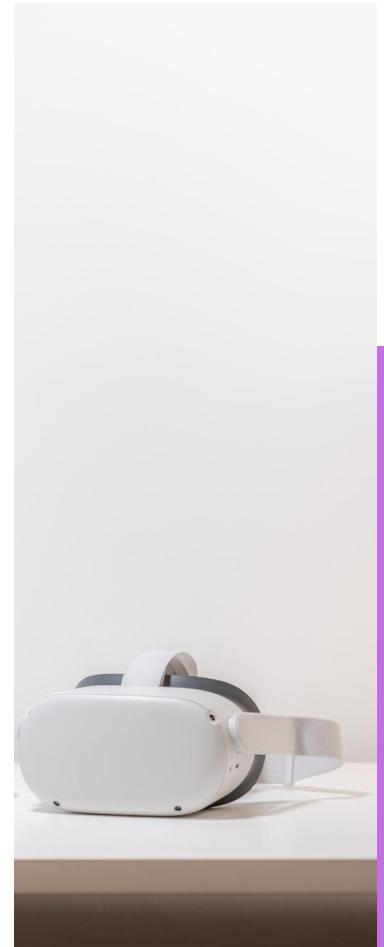
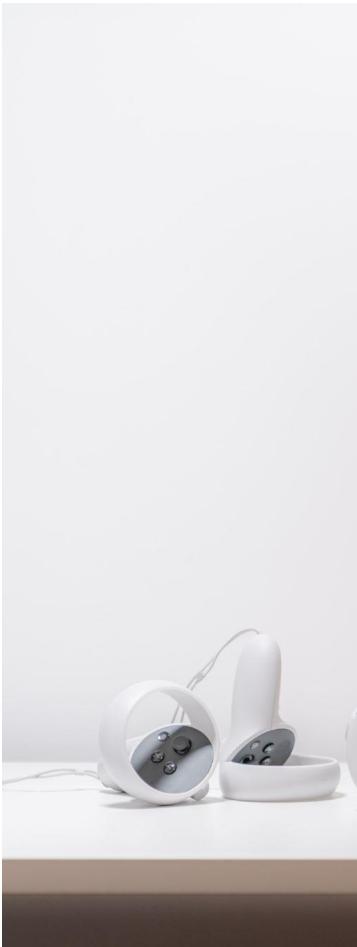
# VR/AR

## IA Gen y text to 3D.

La combinación de la inteligencia artificial (IA) generativa y la conversión de texto a 3D está destinada a hacer que la tecnología de realidad virtual (VR) y realidad aumentada (AR) sea más accesible al reducir los costes asociados.

- La **IA generativa** se refiere a sistemas de IA que pueden generar contenido, como imágenes, texto o incluso **entornos 3D**, de forma autónoma.
- La **conversión de texto a 3D** es una técnica que permite convertir texto plano en objetos tridimensionales en entornos de VR/AR.

Al hacer que esta **tecnología sea más accesible**, se espera que se amplíe su adopción en diversos campos, incluyendo el entretenimiento, la educación, el diseño y la formación empresarial



# Big Data

Para 2024, al igual que hemos visto en la última década, se anticipa un notable incremento en la generación de datos. Este **aumento** seguirá facilitando el uso del Big Data como una herramienta en la **toma de decisiones empresariales**.

Esta expansión se verá reflejada en diversos campos, desde **ciberseguridad** hasta **innovación de productos y experiencias de usuario**.

Además, la **creciente integración con IA Generativa**, que permitirá multiplicar exponencialmente la creación de datos sin verse afectado por temas legales, y **aprendizaje automático** abrirá nuevas posibilidades.

Paralelamente, se reforzará el enfoque en la **privacidad** y **seguridad** de los **datos**, un aspecto crucial para Unión Europea, buscando proteger a los usuarios.

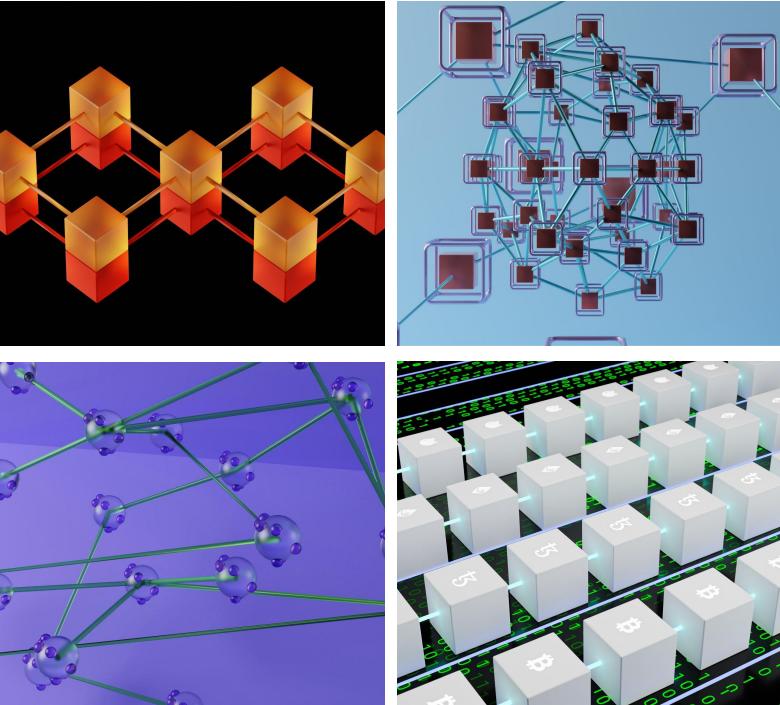


# Web3, programas de fidelización

Los programas de fidelización están evolucionando rápidamente hacia modelos basados en Web3, utilizando blockchain para ofrecer **transparencia, seguridad y eficiencia**. Se espera que para 2024, estos programas permitan a los clientes rastrear, poseer, intercambiar y canjear recompensas como tokens, mejorando la personalización y la experiencia del usuario.

- **Mejora en la Retención y Lealtad de Clientes:** Con un mercado de gestión de lealtad valorado en \$10.9 mil millones para 2024, la adopción de blockchain se está convirtiendo en una inversión estratégica clave para las empresas.
- **Desafíos Tradicionales y Soluciones Blockchain:** Los programas convencionales enfrentan problemas como la estimación de responsabilidades y la pérdida de puntos acumulados.

Blockchain ofrece una solución segura y transparente, donde los datos de los clientes están protegidos y las transacciones son inmutables y rastreables.



# WhatsApp e-commerce

Para 2024, se anticipa una integración más fluida de WhatsApp en el e-commerce, facilitando a los usuarios la compra directa a través de la app. Esto refleja un **crecimiento en el uso de WhatsApp Business y nuevas oportunidades** para las empresas en marketing y ventas.

- **Crecimiento y estrategia de Meta:** WhatsApp se ha convertido en un componente clave de Meta, especialmente en mercados como Estados Unidos. Las funcionalidades de negocios en WhatsApp están en expansión, con empresas como Chevrolet y Samsung utilizando la plataforma para interactuar con los consumidores.
- **Innovaciones en publicidad y ventas:** WhatsApp introduce formatos de anuncios como "click-to-message", vinculando los anuncios de Facebook directamente con cuentas de WhatsApp de marcas, lo que ha resultado en un rápido crecimiento del formato.



# Conclusiones

## ¿Qué dijeron nuestros expertos?

### 1. Avance en la Regulación de la IA:

Paz Comesaña (EVO Banco): Resaltó la importancia de la ciberseguridad y la personalización omnicanal en banca, áreas donde la regulación de la IA juega un rol crucial. Ya a principios de 2023 nos hablaba de la necesidad de un marco ético y seguro para la IA.

### 2. Impacto del Fin de las Cookies:

Antonio Valor (Línea Directa Aseguradora): Subrayaba la importancia de la innovación y la digitalización en seguros, destacando cómo las compañías deben adaptarse a un entorno digital sin cookies, manteniendo la eficiencia y personalización.

Muchos de estas visiones ya se han hecho realidad y otras están en proceso. Así, por ejemplo, para **grandes e-commerce se observan como el uso de la IA Generativa para la redacción de fichas de producto** y su traducción a múltiples idiomas, está siendo una herramienta muy útil para las empresas. O la UE está liderando un proceso de regulación que se basa en un marco ético para proteger al ciudadano.

### 3. Integración Acelerada de IA en Herramientas Creativas:

Diego Fernández Mariano (Icon Spirits): Comentaba sobre la necesidad de humanizar la comunicación de las marcas en la era de la IA, lo que coincide con la tendencia de integrar IA en herramientas creativas respetando el elemento humano.

### 4. Otras tecnologías:

Jorge J. Ramírez (Joma Sport): Destacaba el uso de IA en ecommerce y la generación de contenidos, vinculandolo con tendencias como la omnicanalidad y la personalización, aspectos claves en la transformación digital de la industria de la moda.

# Personas e instituciones a las que te recomendamos seguir

## 1. Entidades e Instituciones:

- Runway: Innovaciones en el campo de la IA generativa y aplicaciones creativas.
- OpenAI: Líder en desarrollo de tecnologías de IA, incluyendo avances significativos en aprendizaje automático.
- AI-Lemon Academy: Formación y recursos educativos en inteligencia artificial generativa.
- Unión Europea (UE): Normativas y regulaciones clave en la inteligencia artificial y tecnologías digitales.

## 2. Expertos y Profesionales:

- [Paula Ortiz López](#): Especialista en regulación digital.
- [Neves Ábalos](#): Experta en inteligencia artificial y tecnologías de voz.
- [Rebeca Villalba](#): Especialista en audiovisual en Google.

## 3. Fuentes Adicionales:

- Google: Por su constante innovación en herramientas y plataformas digitales.
- Digital Talks by t2ó (Podcast): Discusiones y análisis de tendencias digitales actuales.
- t2ó Industry (2023): Por sus análisis y predicciones en tendencias digitales y tecnológicas.

# t2óindustry

una iniciativa de t2ó