



Campus de Ciencia,
Tecnología e Innovación
de Bogotá – Región

IA Creativa: Una guía para transformar las industrias creativas con inteligencia artificial

Aprende cómo la inteligencia artificial está revolucionando la música, la moda, la comunicación y el arte. Encuentra una ruta para implementar IA con impacto creativo en tu empresa.



Una iniciativa de:



En alianza con:





La Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), en su compromiso con el fortalecimiento del ecosistema empresarial y la promoción de la innovación en los sectores productivos, lidera el **Programa de Inteligencia Artificial para las Industrias Creativas y Culturales**.

Este programa busca sensibilizar, acompañar y asesorar a empresarios y emprendedores en la adopción responsable y estratégica de la inteligencia artificial (IA) como herramienta para potenciar la generación de contenidos, optimizar procesos creativos y fortalecer la competitividad del territorio.

A través de esta iniciativa, la CCB impulsa la **transformación digital** desde una perspectiva **ética, sostenible y centrada en las personas**, fomentando la apropiación tecnológica como un medio para incrementar la productividad y abrir nuevas oportunidades de creación y desarrollo empresarial.

La **Guía de Uso de Inteligencia Artificial para las Industrias Creativas** surge como un instrumento práctico que consolida conocimientos, buenas prácticas y herramientas aplicadas a los sectores de música, moda, publicidad y medios de comunicación. Su propósito es acompañar a las empresas en el proceso de integración de la IA en sus estrategias de innovación, comunicación y contenido, garantizando el equilibrio entre el valor creativo y el uso responsable de la tecnología.

Con este esfuerzo, la Cámara de Comercio de Bogotá reafirma su papel como **articuladora de la transformación digital del tejido empresarial**, promoviendo una visión de futuro en la que la inteligencia artificial sea una aliada del talento humano, la creatividad y la sostenibilidad.



Una guía práctica ética y estratégica para potenciar tu empresa con IA

Encuentra una **hoja de ruta indispensable** para empresarios, creativos y emprendedores del ecosistema cultural que desean **implementar la IA de forma ética, estratégica y efectiva**.

- Cómo integrar herramientas de IA en procesos de creación, diseño, música, medios y comunicación.
- Casos de éxito nacionales e internacionales.
- Indicadores para medir impacto real.
- Claves para comercializar contenido potenciado por IA.
- Aspectos legales, éticos y de derechos de autor fundamentales.
- Un repertorio de herramientas por sector creativo.

Esta es más que una guía técnica. Es una invitación a imaginar **el futuro de las industrias culturales desde el conocimiento, la innovación y la responsabilidad**.

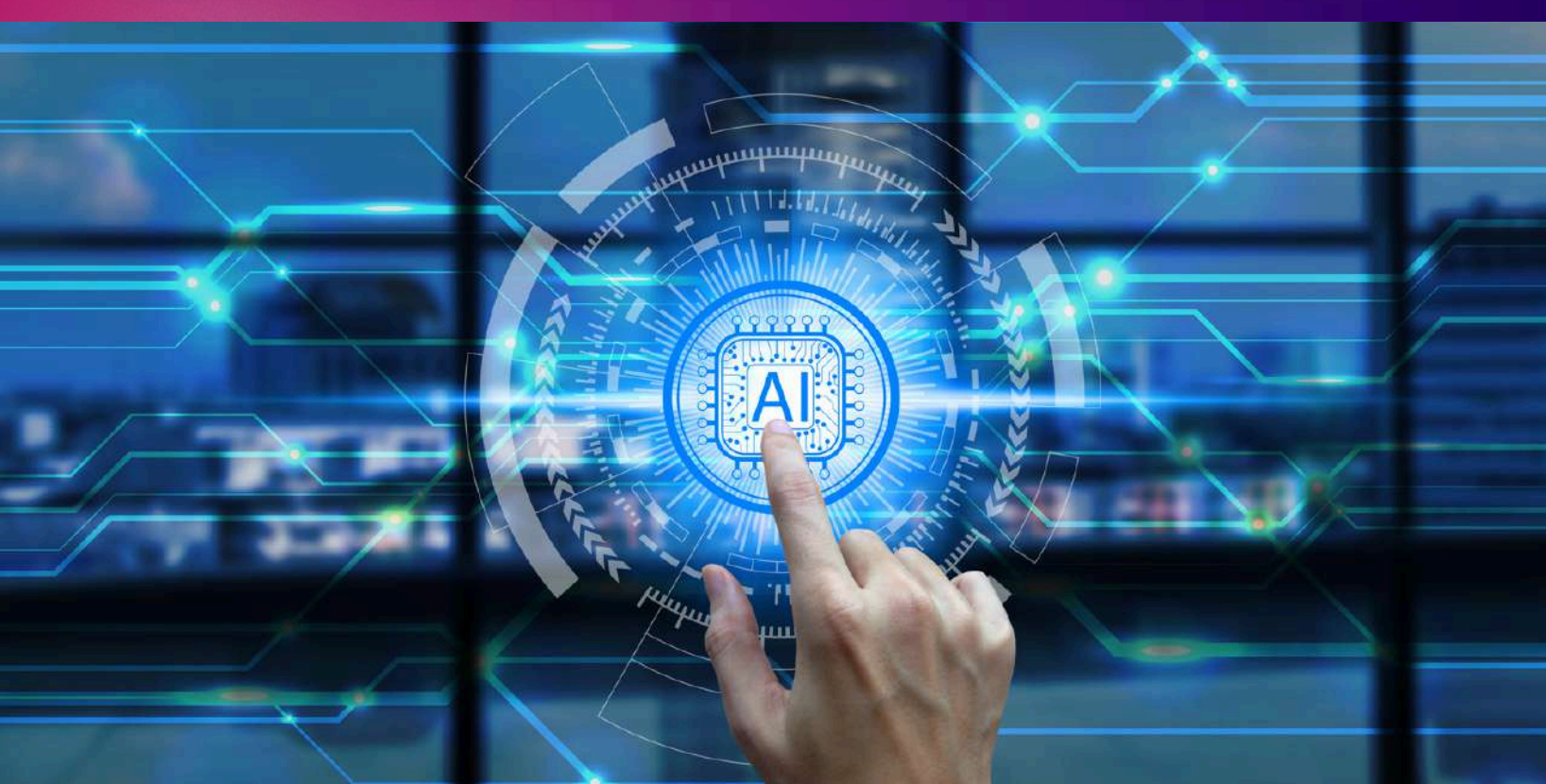




Tabla de contenido

Módulo 1

Introducción a la Inteligencia Artificial en industrias creativas

- ▶ Etapas de adopción de IA
- ▶ El poder del prompt
- ▶ Fases de creación de contenido con IA
- ▶ El proceso creativo con IA

Módulo 4

Herramientas recomendadas por sector creativo

- ▶ IA seleccionadas para el Sector de Música, Moda, y medios de comunicación
- ▶ Cómo escalar el uso de la IA en empresas creativas

Módulo 2

Tips para implementar IA de forma efectiva en tu empresa

- ▶ Tips para implementar IA
- ▶ Inversiones para la implementación de IA
- ▶ Derechos de autor y ética en la creación con Inteligencia Artificial

Módulo 5

Indicadores clave para medir el impacto de la IA

- ▶ Indicadores de eficiencia en IA
- ▶ IA como catalizador de una nueva era creativa
- ▶ Bibliografía

Módulo 3

Resultados esperados en la creación de contenidos con IA

- ▶ Beneficios tangibles e intangibles de IA
- ▶ Casos de éxito de implementación de IA en industrias creativas y monetización.





Módulo 1

Introducción a la Inteligencia Artificial en industrias creativas

La Inteligencia Artificial (IA) ha irrumpido como una de las tecnologías más transformadoras del siglo XXI, y su impacto en las industrias creativas es cada vez más evidente. A continuación se **introducen los conceptos fundamentales de la IA, explicando por qué es relevante para empresas del sector creativo y cultural**, y se establece el contexto para comprender el potencial de esta herramienta en procesos como la creación, producción, distribución y comercialización de contenido.

La IA en este sector no es simplemente una herramienta automatizada; es un catalizador que redefine los límites de la creatividad humana. Desde guiones generados por algoritmos hasta recomendaciones hiperpersonalizadas para el público, la IA permite nuevas formas de narrar, diseñar, producir y conectar.

Según datos de PwC (2023), **la IA podría contribuir con USD 15,7 billones a la economía mundial para 2030**, con un impacto significativo en los sectores de entretenimiento, publicidad, diseño, música y medios.

En América Latina, las industrias creativas **representan cerca del 2,2 % del PIB**, y la incorporación de tecnologías disruptivas puede duplicar su productividad en menos de una década.



Etapas de adopción de IA en una empresa creativa

1. Diagnóstico

Evaluar las necesidades, procesos actuales, habilidades del **equipo y oportunidades específicas para aplicar IA**. Herramientas como el DAFO digital pueden ayudar a identificar puntos clave de intervención.

2. Exploración

Investigar casos de uso, **tecnologías disponibles, plataformas y modelos que puedan ajustarse al negocio**. Esto incluye benchmarking con empresas del sector y asistencia a ferias tecnológicas

3. Prueba piloto

Seleccionar un proceso puntual para implementar IA (**por ejemplo, generación de contenido gráfico o automatización de publicaciones**). Medir resultados con KPIs claros como ahorro de tiempo, calidad del contenido o alcance.

4. Escalamiento

Integrar IA en más áreas de la empresa: **marketing, diseño, ventas, producción, etc.** Establecer un marco de gobernanza tecnológica y ética para el uso responsable de la IA.

5. Consolidación

Incorporar la IA como parte del ADN creativo y organizacional. Evaluar periódicamente su impacto y mantenerse actualizado con las nuevas tecnologías emergentes.

La adopción de IA es tanto un proceso técnico como cultural. Su éxito depende del liderazgo, la formación del equipo y una visión clara de cómo la tecnología **puede amplificar, no reemplazar, el talento humano**.



El poder del prompt: cómo escribir para obtener los mejores resultados con IA

En los procesos creativos potenciados por inteligencia artificial, el lenguaje se convierte en una herramienta de programación. Un prompt —o **instrucción escrita**— es lo que le indica al modelo de IA qué debe hacer, cómo debe hacerlo y con qué nivel de detalle.

¿Qué es un prompt?

Un prompt es una instrucción escrita que guía la respuesta de un modelo de IA. Puede ser una pregunta, una orden, una descripción detallada o incluso un ejemplo.

Ten en cuenta que la calidad del contenido generado con IA está directamente relacionada con la calidad del prompt.

¿Por qué los prompts son clave en la creatividad con IA?

- Son el puente entre la **intención humana y la ejecución de la IA**.
- Determinan el tono, el formato, el detalle y la relevancia del contenido generado.
- Permiten controlar mejor los riesgos de sesgos, errores o ambigüedades.
- Potencian la originalidad, especialmente cuando se emplean ejemplos, analogías o referencias culturales.

Un prompt efectivo debe tener:

Instrucción clara: Qué esperas del modelo (escribe, diseña, resume, reescribe, analiza).

Contexto relevante: ¿A quién va dirigido? ¿Qué tono? ¿Qué canal?

No es solo una herramienta, es una forma de pensar, crear y comunicarse con las máquinas

Ejemplo 1

"Actúa como redactor publicitario experto. Crea un **copy breve, emocional y directo para promocionar una marca de ropa sostenible, dirigido a mujeres jóvenes creativas.**"

Ejemplo 2

"**Actúa como un experto en Marketing Digital y elabora una parrilla de contenidos** para la marca xxxx con el fin de generar una compra basada en la emocionalidad de tu audiencia"

Herramientas de apoyo

PromptHero.com: Biblioteca de prompts por herramienta y propósito

FlowGPT: Comunidad para compartir y mejorar prompts.

Prompt Engineering Playbook: Guías gratuitas para formación básica e intermedia.



Fases de creación de contenido con IA

El proceso de creación de contenido con inteligencia artificial no es lineal, sino dinámico y adaptable a las necesidades de cada industria creativa. Sin embargo, **puede organizarse en cuatro fases principales** que permiten entender su aplicación de manera estratégica:



El proceso creativo con IA

1. Inspiración

La IA funciona como una fuente inagotable de referencias, ideas emergentes y análisis de tendencias.

Objetivo: estimular la mente creativa con nuevas conexiones y enfoques.

Actividades:

- Explorar ideas en plataformas como ChatGPT, Gemini, Copy.ai.
- Analizar tendencias visuales o narrativas con Google Trends, BuzzSumo o Pinterest Predicts.
- Investigar prompts de alto rendimiento en PromptHero o FlowGPT.
- Buscar patrones en datos históricos o sociales con IA para entender qué conecta emocionalmente con la audiencia.

Resultado esperado: una lluvia de ideas preliminar basada en inputs relevantes del entorno digital y del comportamiento del público.

2. Ideación

En esta fase se concretan las ideas y se bosquejan las primeras propuestas creativas.

Objetivo: transformar la inspiración en conceptos viables de contenido.

Actividades:

- Redacción de prompts efectivos para generar textos, guiones o titulares.
- Generación de moodboards visuales con DALL·E, Midjourney o Leonardo AI.
- Definición del tono, formato y estilo del contenido con asistencia de IA.
- Validación rápida de conceptos con simulaciones, versiones múltiples o resúmenes automáticos.

Resultado esperado: una o varias versiones iniciales de contenido listas para ser editadas, ajustadas o combinadas.

3. Producción

Es el momento de ejecutar el contenido en sus formatos definitivos.

Objetivo: generar piezas listas para publicar o distribuir.

Actividades:

- Generación de texto final con IA (artículos, copies, guiones, descripciones).
- Creación de imágenes o videos con herramientas como RunwayML, Sora, Pika, Firefly.
- Producción de música con Soundraw, AIVA o Amper.
- Edición automatizada de contenido multimedia con herramientas como Descript o Pictory.

Resultado esperado: contenido completo, visualmente atractivo y adaptado a la identidad de marca.

4. Pruebas y testeo

Una de las grandes ventajas de la IA es la capacidad de generar contenido escalable y testearlo rápidamente.

Objetivo: evaluar el impacto del contenido y optimizarlo según resultados.

Actividades:

- Testeo A/B con múltiples versiones de una misma pieza.
- Análisis de rendimiento en tiempo real con dashboards inteligentes.
- Ajustes automáticos del copy, imagen o formato en función de la audiencia.
- Personalización dinámica basada en comportamiento de usuario.

Resultado esperado: contenido optimizado con base en datos, con alto nivel de personalización y mayor probabilidad de conversión.

La IA no reemplaza la creatividad humana: la expande y acelera. Al dividir el proceso en estas cuatro fases, las empresas creativas pueden estructurar su flujo de trabajo de forma eficiente, permitiendo a los equipos humanos concentrarse en la estrategia, el concepto y la narrativa, mientras que la IA se encarga de la ejecución, la variación y el testeo a gran escala.





Módulo 2

Tips para implementar IA de forma efectiva en tu empresa

Implementar inteligencia artificial en una empresa creativa **requiere no solo herramientas, sino también estrategia**, cultura organizacional y liderazgo.

Aquí compartimos una **7 consejos prácticos** para facilitar este proceso:

1. Empieza con un caso de uso simple

No intentes transformar toda la empresa de inmediato. Identifica un área puntual con alto impacto y bajo riesgo **(por ejemplo, automatización de respuestas en redes sociales generación de copios, generación de guiones)**.

2. Forma a tu equipo

La implementación debe ir acompañada de formación. No todos deben ser técnicos, pero sí deben comprender cómo funciona la IA, sus usos y limitaciones. **Puedes usar cursos gratuitos como los de Google AI, Coursera, o IA para Creativos.**

3. Define objetivos claros

¿Qué esperas lograr con la IA? ¿Reducir tiempos? ¿Aumentar la producción de contenido? **¿Segmentar mejor tus audiencias? Establece metas medibles que permitan evaluar el impacto.**

4. Evalúa herramientas según tus necesidades

No todas las soluciones son adecuadas para todos. Analiza variables como facilidad de uso, idioma, **compatibilidad con tus sistemas actuales, precio y soporte.**

5. Crea políticas internas de uso responsable

Define principios para el uso de IA en tu empresa: transparencia, supervisión humana, ética, derechos de autor, entre otros. **Establecer reglas claras desde el inicio evita problemas futuros.**

6. Mide, ajusta y escala

Implementa métricas de seguimiento y evaluación (KPIs). **Aprende de los errores, ajusta y escala las prácticas que funcionen.** La IA mejora con el uso iterativo y la retroalimentación humana.

7. No pierdas el enfoque creativo

Recuerda que la IA es un apoyo, no el núcleo del proceso creativo. Usa la tecnología para liberar tiempo y energía que puedas invertir en innovación, conceptualización y diseño humano.

La combinación de herramientas adecuadas, cultura de aprendizaje y visión estratégica marca la diferencia entre adoptar tecnología y verdaderamente transformarse con ella.





Inversiones necesarias para la implementación de IA en contenidos

La adopción de herramientas de Inteligencia Artificial en empresas creativas requiere una inversión planificada en diferentes frentes. Estas inversiones no deben verse únicamente como gastos tecnológicos, sino como **una apuesta estratégica para mejorar la productividad, la calidad de los contenidos, y la competitividad a largo plazo.**

A continuación, se describen los principales rubros donde una empresa creativa debe destinar recursos para implementar IA de forma efectiva:

Infraestructura tecnológica

Para que las herramientas de IA funcionen correctamente se necesita una infraestructura robusta:

Computación en la nube: Servicios como AWS, Google Cloud o Microsoft Azure permiten ejecutar modelos de IA sin necesidad de hardware local.

Licencias de software: Muchas herramientas de IA tienen versiones de pago con funcionalidades avanzadas que mejoran la eficiencia creativa.

Sistemas integrados: Es posible que sea necesario adquirir o desarrollar integraciones entre la IA y las plataformas que usa la empresa (CMS, CRM, software de diseño, etc.).

Herramientas de generación y análisis de contenido

Entre las herramientas más utilizadas en el sector creativo con IA se encuentran:

Generación de texto: ChatGPT, Jasper, Copy.ai.

Generación de imágenes y diseño: Midjourney, Adobe Firefly, Canva AI.

Edición de video: RunwayML, Pictory, Descript.

Música y audio: Aiva, Soundraw, Amper Music.

Análisis de contenido y tendencias: BuzzSumo, Google Trends, Crayon.

El costo de estas herramientas varía desde modelos gratuitos hasta suscripciones que oscilan entre los US 100 Y US 300 pesos mensuales por usuario.

Formación y talento

Uno de los principales retos es la brecha de conocimiento:

Capacitación interna: Cursos para el equipo en uso ético, estratégico y técnico de la IA.

Contratación de expertos: Puede requerirse apoyo de desarrolladores, diseñadores de prompts, o estrategias digitales con experiencia en IA.

Eventos y comunidades: Asistencia a seminarios, bootcamps o comunidades de práctica relacionadas con IA y creatividad.

Desarrollo y personalización

Para empresas que quieran diferenciarse:

APIs personalizadas: Integrar IA con herramientas propias o desarrollar funciones específicas.

Diseño de prompts avanzados: Es clave invertir tiempo y recursos en diseñar instrucciones precisas para obtener mejores resultados de los modelos.

Pruebas A/B y analítica: Evaluar cuál contenido generado por IA tiene mejor rendimiento.



Gestión ética y legal

Integrar la IA con responsabilidad legal y ética no solo evita sanciones, sino que fortalece la reputación de marca, genera confianza en el público y permite un uso sostenible e inclusivo de la tecnología.

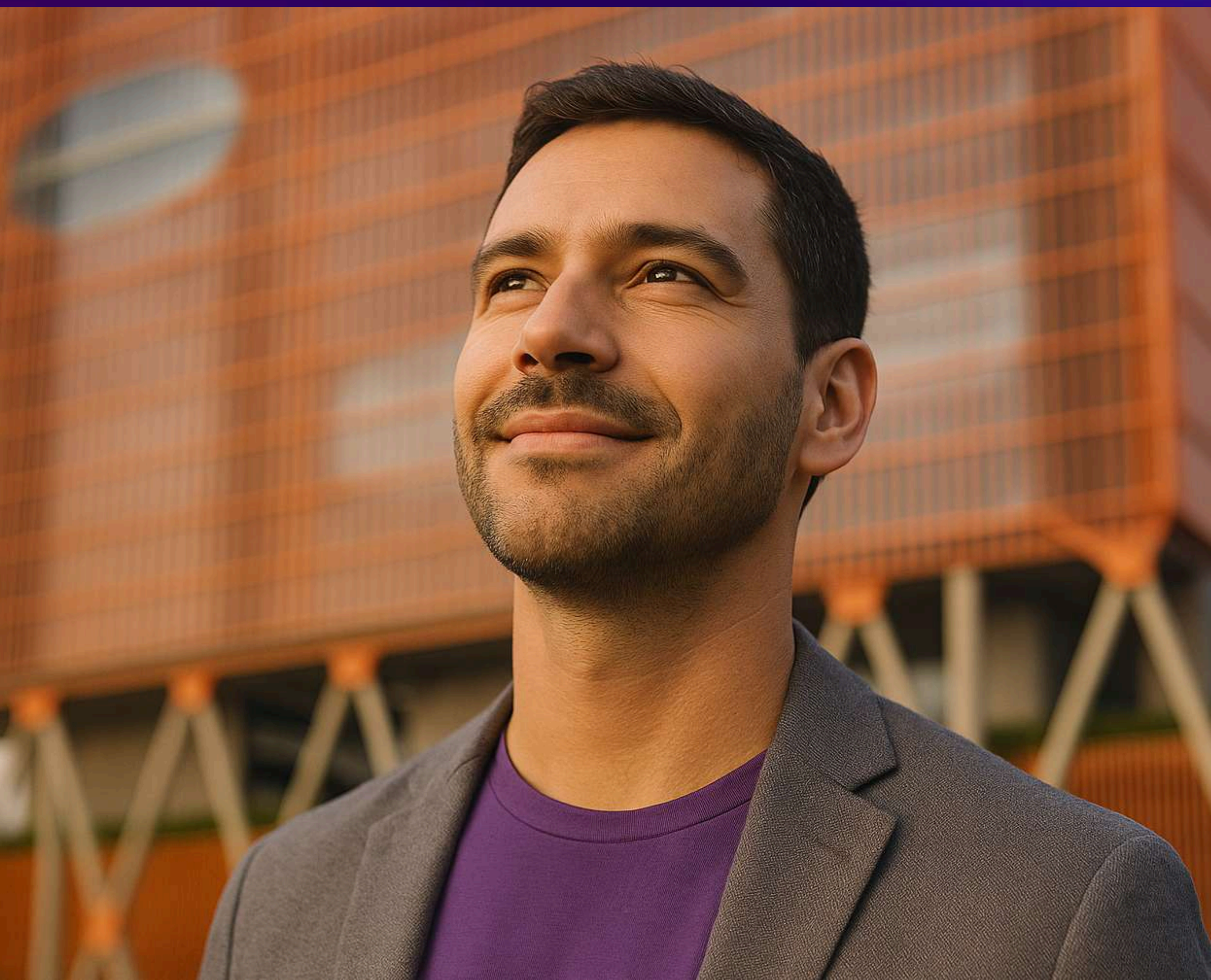
Evaluaciones legales: Consultas sobre derechos de autor, privacidad de datos y responsabilidad sobre los contenidos generados.

Herramientas de detección de sesgos: Invertir en herramientas o auditorías para asegurar un uso responsable y justo.

Inversión estimada en IA

Empresas pequeñas pueden iniciar **con presupuestos mensuales de US 100 Y US 300** para inversión de IA. Empresas medianas y grandes, con integración más profunda, podrían invertir entre el 3 % y el 7 % de su presupuesto de innovación, según Deloitte (2023).

En resumen, invertir en IA no se trata solo de comprar herramientas, sino de **construir un ecosistema que potencie el talento humano, genere valor a través de la creatividad** y garantice un crecimiento sostenible y ético en el tiempo.





Derechos de autor y ética en la creación con Inteligencia Artificial

A medida que las **herramientas de Inteligencia Artificial** se integran en los procesos creativos, surgen importantes interrogantes legales y éticos sobre la autoría, el uso justo, la protección de datos y la originalidad de las obras generadas.

Encuentre a continuación los principales riesgos y buenas prácticas para actuar con responsabilidad jurídica y social según la normatividad existente.

1. ¿Quién es el autor de un contenido generado por IA?

Según las legislaciones actuales, la mayoría de países —**incluido Colombia**— no reconocen a una IA como sujeto de derecho, dado que la autoría requiere intervención humana (WIPO, 2023; Dirección Nacional de Derecho de Autor de Colombia [DNDA], 2024).

Por lo tanto, los derechos de autor recaen sobre:

- **El creador humano que genera los prompts** o interviene en la edición, pues se entiende que ahí existe una contribución creativa humana perceptible (Oficina de Copyright de EE. UU., 2023).
- **La empresa que contrata o licencia el uso de la herramienta**, en la medida en que se defina contractualmente la titularidad de los derechos patrimoniales de las obras resultantes (DNDA, 2024).

Muchas IAs se entrenan con datos extraídos de internet, en ocasiones sin la debida autorización de los titulares de derechos (European Union Intellectual Property Office [EUIPO], 2023).

Esto ha generado demandas de artistas, escritores y fotógrafos que alegan que sus obras fueron utilizadas sin su consentimiento, como los casos recientes contra Stability AI, OpenAI y Midjourney en EE. UU. (New York Times, 2023; The Authors Guild, 2023).

Por ello es recomendable:

- Leer los términos de uso de la herramienta.
- Evitar entrenar modelos propios con material protegido sin licencia.
- Utilizar datasets abiertos o libres de derechos cuando sea posible.

2. Originalidad y obras derivadas

El contenido generado por IA puede estar basado en miles de obras preexistentes, lo que genera interrogantes sobre su originalidad y carácter autoral (U.S. Copyright Office, 2023).

Esto plantea riesgos como:

- Infracción indirecta de derechos si el resultado es muy similar a una obra registrada (European Union Intellectual Property Office [EUIPO], 2023).
- Problemas al vender contenido como “exclusivo”, ya que puede ser fácilmente replicado por otros usuarios a través de prompts similares (World Intellectual Property Organization [WIPO], 2023).



3. Responsabilidad sobre el contenido

¿**Quién responde si el contenido generado por IA contiene información falsa, discriminatoria o dañina?**

Aunque la IA lo haya producido, la responsabilidad suele recaer en:

- El usuario o empresa que lo publica, quien asume la responsabilidad editorial sobre lo difundido (European Commission, 2021).
- El desarrollador de la herramienta, si se demuestra negligencia en el diseño o falta de mecanismos de seguridad (OECD, 2021).

Por ello, es crucial revisar, editar y contextualizar todo contenido antes de su difusión pública, garantizando un uso ético y conforme a la normativa vigente (UNESCO, 2023).

4. Buenas prácticas legales y éticas

- **Transparencia:** informar al público cuándo un contenido fue generado con IA, siguiendo los principios de trazabilidad y explicabilidad recomendados por la UNESCO (2023).
- **Supervisión humana:** nunca confiar ciegamente en la IA; siempre debe haber revisión editorial por parte de personas responsables, en línea con las guías de la OECD (2021).
- **Consentimiento informado:** no usar datos personales para entrenar IA sin permiso explícito, conforme al Reglamento General de Protección de Datos — GDPR (European Union, 2016).
- **Diversidad y no discriminación:** evitar que la IA refuerce estereotipos o sesgos dañinos, promoviendo sistemas inclusivos y justos (European Commission, 2021).

5. En Colombia la regulación Avanza

Aunque aún no hay una ley integral, Colombia avanza en un marco regulatorio robusto:

- Se tramita el Proyecto de Ley 422 de 2025, que crearía una autoridad nacional para IA, sandboxes regulatorios, incentivos para investigación y una clasificación de riesgos ajustada al impacto potencial [Senado de Colombia+9Baker McKenzie InsightPlus+9Mintic+9](#).
- Se complementa con iniciativas como el Proyecto 091 de 2023, que establece deberes de información para el uso responsable de IA, y el Proyecto 154 de 2024, que incorpora estándares de derechos humanos en su articulado [forogpp.com+2El País+2](#).
- En febrero de 2025, el Gobierno emitió la Política Nacional de IA (CONPES 4144), con un presupuesto estimado en 480.000 millones de pesos (USD 120 millones) orientado al fortalecimiento de infraestructura, formación y gobernanza tecnológica

Estos avances se inspiran en estándares globales como la AI Act de la Unión Europea, las directrices de la OCDE y la Recomendación sobre la Ética de la IA de la UNESCO, consolidando un enfoque ético, centrado en el ser humano, transparente y sostenible

*Vea el detalle de las fuentes de Derechos de autor y ética en la creación con Inteligencia Artificial en la sección de bibliografía de esta guía.



Casos de éxito de implementación de IA en industrias creativas

A continuación se presentan ejemplos concretos de cómo empresas y emprendimientos creativos han integrado la inteligencia artificial en sus procesos, mejorando resultados y transformando su manera de operar:

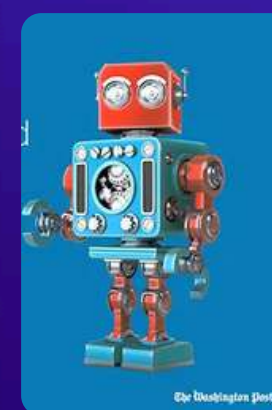
1. Warner Music + Endel

La discográfica firmó un acuerdo con Endel, una app de generación de música con IA, para producir álbumes de música ambiental generados algorítmicamente. Resultado: más de 20 discos creados y distribuidos en plataformas como Spotify y Apple Music.



2. The Washington Post y "Heliograf"

El reconocido medio estadounidense desarrolló una herramienta propia basada en IA para redactar notas automáticas durante eventos deportivos y elecciones. En su primer año generó más de 850 artículos, liberando recursos para investigaciones profundas.



3. RunwayML + películas independientes

Productores de cine indie han comenzado a usar RunwayML para crear efectos visuales, eliminar fondos y generar animaciones sin necesidad de un equipo técnico costoso. Resultado: reducción de hasta el 70 % del presupuesto de postproducción.



4. Museo del Prado + Google Arts

Gracias al uso de IA en Google Arts & Culture, el Museo del Prado logró restaurar digitalmente pinturas antiguas, identificar patrones en obras de distintas épocas y desarrollar experiencias inmersivas para visitantes globales



5. Agencia creativa colombiana + ChatGPT

Una agencia de Bogotá comenzó a utilizar ChatGPT y Canva con IA para generar campañas semanales para redes sociales de sus clientes. Resultado: reducción del tiempo de producción en un 60 % y aumento del engagement en un 35 %.





6. Netflix + IA para personalización de carátulas

Netflix utiliza algoritmos de IA para generar carátulas personalizadas según el historial de visualización de cada usuario. Esto generó la mejora significativa en el engagement y en el tiempo promedio de reproducción.



7. Adobe + Firefly (IA generativa para diseñadores)

Adobe integró IA generativa en Photoshop, Illustrator y Express, permitiendo que diseñadores creen imágenes y efectos visuales con comandos de texto. Ahorro de horas de trabajo creativo y mejora en la accesibilidad de herramientas avanzadas para freelancers y agencias



8. The Guardian + IA para moderación de comentarios

El medio británico usa IA para detectar y moderar comentarios tóxicos, sexistas o racistas en tiempo real. Esto generó mayor control de comunidad digital y mejora de la experiencia para lectores y periodistas.



9 Obras de teatro generadas por IA (AI Playwright Festival, Reino Unido)

En este festival, dramaturgos humanos trabajaron con modelos de IA para co-crear guiones teatrales, explorando nuevos formatos escénicos. Esto permitió la inclusión de nuevas narrativas híbridas, experimentación artística y atracción de público joven curioso por la tecnología.



10. Fashion Design + Midjourney y DALL-E en colecciones digitales

Marcas emergentes han usado IA para crear moodboards, bocetos y colecciones cápsula antes de producir prototipos físicos. Esto permitió la aceleración del proceso creativo, ahorro en costos de prueba y sostenibilidad al reducir mermas textiles.



Estos casos **demuestran que la IA es accesible** no solo para grandes corporaciones, sino también para emprendimientos, instituciones culturales y creativos independientes. **Lo importante es adaptar la tecnología al contexto de su propia empresa**, con visión estratégica y espíritu experimental.

Laia Grassi – Monetización de la IA generativa

Laia Grassi es una destacada directora creativa y consultora especializada en la aplicación de **IA generativa en publicidad**. Ha trabajado con grandes marcas como Coca-Cola, Audi, Skoda, Google, Oreo y Volkswagen, siendo reconocida con premios como Cannes Lions y liderando la venta de su propia agencia, XELMY, en 2023

Cómo monetiza la IA generativa

1. Soluciones creativas para marcas globales

- Desarrolló campañas integrando IA para Coca-Cola, Adidas, ganando un concurso global de GenAI y convirtiéndose en referente dentro de su departamento de IA boldjourney.com.
- Su labor ha sido reconocida con premios de publicidad y marketing, validando el valor comercial de sus proyectos IPA-first.

2. Consultoría y workshops de capacitación

- Ofrece asesorías de estrategia de IA para creativos, lidera másteres en IA aplicada al diseño y marketing (Miami Ad School, Learning Heroes) y brinda cursos sobre cómo usar IA generativa para potenciar marcas boldjourney.com+5aurorajobs+5El País+5.
- Este servicio educativo le permite monetizar mediante tarifas por formación, mentorías, conferencias y talleres.

3. Producción de obra artística con IA

- Laia utiliza IA generativa no solo para publicidad, sino también para su práctica artística personal, con exhibiciones en galerías que validan su trabajo como producto comercializable independiente aurorajobs.

4. Venta de agencia y creación de estudios propios con IA

- Fue codirectora de XELMY, agencia vendida en 2023, y actualmente lidera su propia firma y equipo especializado en publicidad con IA

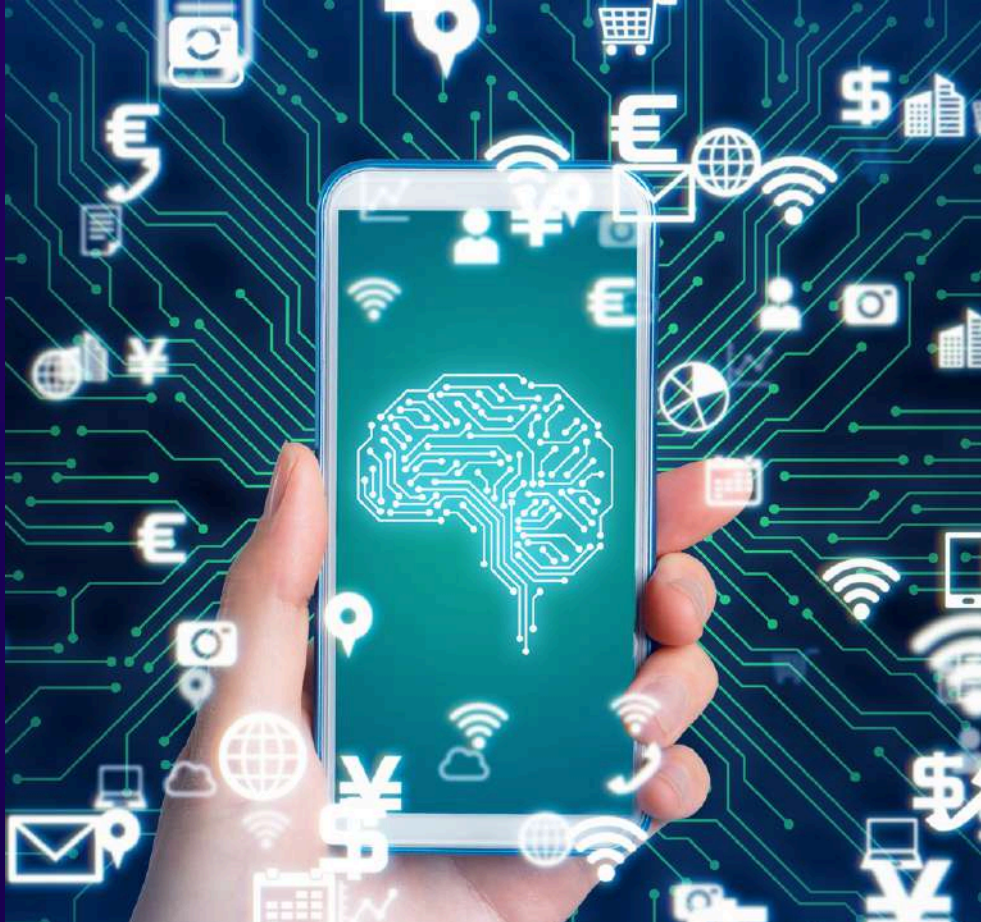
Resultados tangibles

- **Intersección de creatividad y tecnología:** su background en Bellas Artes desde Barcelona le permitió integrar arte e IA con visión estratégica aurorajobs.
- **Reconocimiento internacional:** distinciones en Cannes Lions y triunfos en concursos globales validan que diseñar con IA es un negocio rentable .
- **Diversificación de servicios:** combina consultoría, capacitación y creación artística, generando múltiples fuentes de ingresos.
- **Visión ética y futurista:** promueve un uso responsable de la IA generativa, explorando el tema de autoría y derechos digitales

Este caso ejemplifica cómo un creativo puede transformar su talento en una oportunidad profesional y comercial real gracias a la IA generativa.

- Integrar IA en sus procesos de creación y monetización.
- Ofrecer servicios de valor agregado (capacitación, consultoría).
- Crear productos artísticos propios aprovechando IA.
- Combinar creatividad, tecnología y negocio de forma coherente y sostenible.





Módulo 4

Herramientas de IA recomendadas por sector creativo

La selección de herramientas de **Inteligencia Artificial** adecuadas depende del **tipo de industria creativa, los objetivos del negocio y el nivel de madurez digital de la empresa.** Encuentras las principales herramientas clasificadas por sectores, con una breve descripción de su utilidad y aplicaciones destacadas.



Música

AIVA: Composición automática de música para cine, videojuegos y contenidos audiovisuales.

Amper Music: Generación de pistas personalizadas según el estilo o estado de ánimo.

Soundraw: Herramienta colaborativa para músicos que mezcla loops y IA para crear nuevas canciones.

Otras importantes: Udio, Suno, LANDR.



Medios de comunicación y periodismo

ChatGPT / Jasper / Copy.ai: Redacción de noticias, resúmenes, entrevistas, y artículos de blog.

Descript: Transcripción automática, edición de audio y video mediante texto.

Synthesia: Generación de presentadores virtuales para noticias en video.

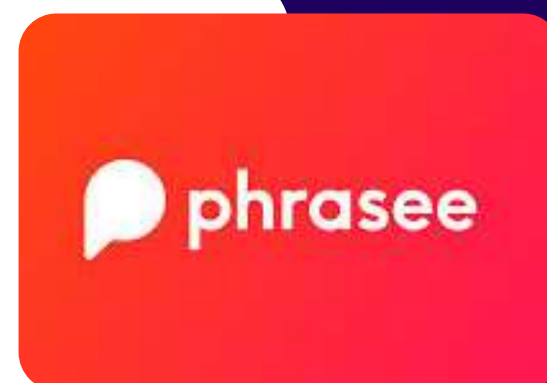


Publicidad y marketing

Canva con IA: Diseño de piezas gráficas con sugerencias creativas y edición rápida.

Phrasee: Generación de copys persuasivos y personalizados para email marketing.

Adobe Firefly: Edición generativa de imágenes y contenido publicitario.



Cine, video y animación

RunwayML: Edición de video con IA, eliminación de fondos, generación de efectos y más.

Pictory: Creación automática de videos cortos desde textos o artículos.

Kaiber: Transforma imágenes en animaciones con estilo artístico.

Sora (OpenAI): Generación de video realista a partir de descripciones en lenguaje natural. Ideal para prototipado audiovisual y conceptualización cinematográfica.



Diseño gráfico y moda

Midjourney / DALL·E / Leonardo AI: Generación de bocetos, ideas visuales y prendas experimentales.

Figma AI: Prototipado rápido y generación de interfaces con sugerencias inteligentes.

Recraft: Creación de ilustraciones vectoriales y branding.

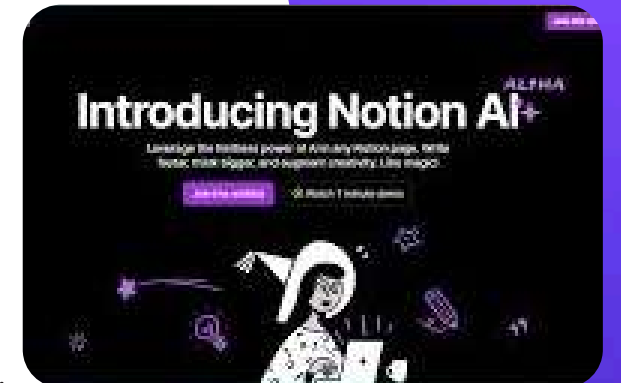


Editorial y literatura

Sudowrite: Asistente para escritores con funciones como continuar párrafos, crear personajes o estilos.

Notion AI: Organización y redacción de contenido editorial con IA integrada.

PoetAI: Herramienta para la escritura automatizada de poesía y verso.



Empresas culturales y museos

MyHeritage DeepStory: Crea relatos históricos con voz e imagen a partir de datos de archivo.

AI-Da: Robot artista que colabora en exposiciones y procesos de curación de contenidos

Google Arts & Culture AI Experiments: Visualización, restauración y clasificación de obras con IA.

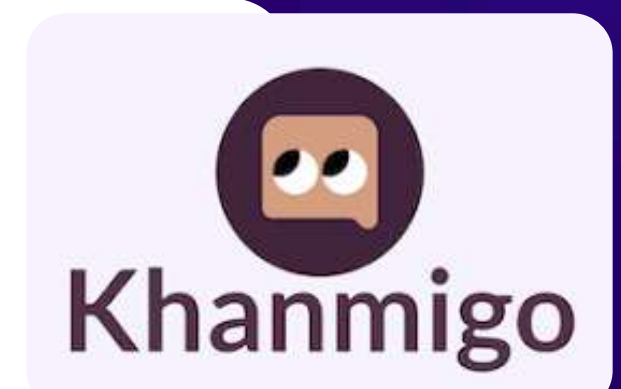


Educación creativa y formación artística

Khanmigo (Khan Academy): Tutor de IA para estudiantes creativos.

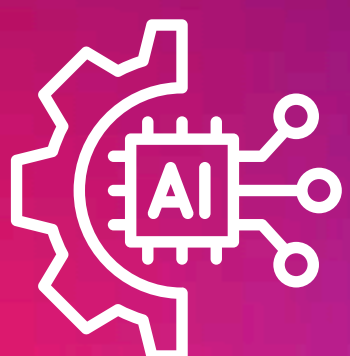
Edpuzzle + IA: Evaluación de comprensión visual automática.

Explainpaper: Traduce papers académicos en lenguaje claro para estudiantes y docentes.



Buscador de IA

Incluye Toolify.ai como parte de tu "kit de exploración" al iniciar la fase de diagnóstico o de búsqueda de herramientas de IA. Es ideal para líderes creativos, gerentes de innovación, diseñadores, educadores, artistas y marketers digitales que quieren incorporar IA en su flujo de trabajo sin perder tiempo. Esta herramienta te ayuda a explorar herramientas nuevas, filtrar por casos de uso ya Ahorrar tiempo de búsqueda.



Cada sector puede beneficiarse de manera distinta. La clave está en experimentar con las herramientas, **evaluar su retorno en productividad o creatividad**, y asegurar su uso ético y legal. La adopción de IA no debe reemplazar el talento, sino amplificarlo con propósito.





Cómo escalar el uso de la IA en empresas creativas

Una vez superada la etapa inicial de implementación, el siguiente paso para las empresas creativas es escalar el uso de la Inteligencia Artificial. Esto implica **pasar de proyectos piloto a una integración transversal que abarque múltiples áreas de la organización**. A continuación se presentan estrategias y recomendaciones para hacer crecer el uso de la IA de manera sostenible y alineada con los objetivos del negocio.

1. Establecer una visión estratégica

Escalar la IA no se trata solo de usar más herramientas, sino de integrarlas en la estrategia de negocio. Se recomienda:

- Definir un propósito claro: ¿Queremos ser más rápidos? ¿Más creativos? ¿Más personalizados?
- Alinear los proyectos de IA con los objetivos generales de la empresa.

2. Crear un equipo de innovación o IA

Contar con un equipo, aunque sea pequeño, dedicado a explorar y gestionar la IA facilita la escalabilidad. Este grupo puede:

- Monitorear nuevas herramientas y tecnologías.
- Capacitar al resto del equipo.
- Medir resultados y proponer mejoras.

3. Establecer procesos estandarizados

Para evitar caos y dispersión, se deben documentar buenas prácticas:

- Manuales de uso de IA por área.
- Protocolos para revisión de contenido generado.
- Repositorios de prompts efectivos.

4. Integrar IA en más áreas creativas

Además de contenido, la IA puede impactar en:

- Atención al cliente (chatbots).
- Análisis de datos de consumo cultural.
- Optimización logística de eventos o productos culturales.

La IA es especialmente útil para escalar cuando libera tiempo del equipo humano:

- Generación masiva de contenidos para redes sociales.
- Edición automatizada de video o audio.
- Traducción multilingüe.

5. Medir impacto y ajustar

Cada nueva implementación debe ir acompañada de indicadores:

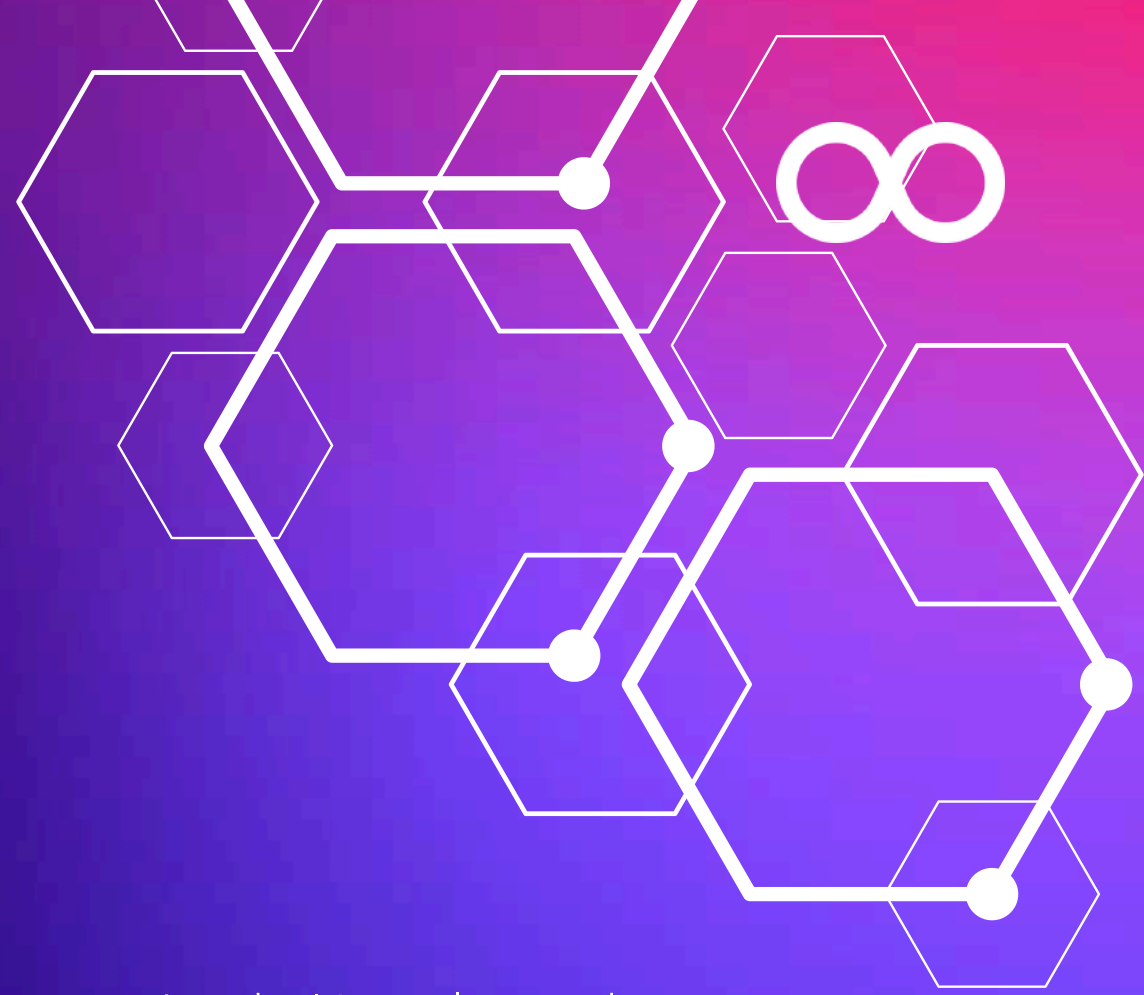
- Ahorro de tiempo.
- Incremento en alcance o conversión.
- Mejora en la calidad del contenido

6. Mantener la dimensión humana

A mayor uso de IA, mayor necesidad de preservar el valor humano:

- Revisar siempre con criterio ético.
- Combinar creatividad algorítmica con intuición humana.
- No perder la voz y el estilo propio de la marca o del creador.

Escalar la IA es una decisión estratégica que posiciona a las empresas creativas como referentes de innovación. Es un proceso continuo que **requiere liderazgo, aprendizaje permanente y un enfoque equilibrado entre eficiencia y autenticidad**.



Módulo 5

Indicadores clave para medir el impacto de la IA en procesos creativos

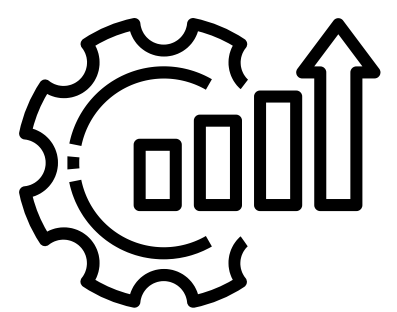
Para que la implementación de IA en las industrias creativas sea sostenible y efectiva, es indispensable establecer indicadores que permitan medir su impacto. **Evaluar resultados no solo justifica la inversión, sino que permite ajustar, optimizar y escalar los procesos.** A continuación, se presentan los principales KPIs (Key Performance Indicators) que pueden aplicarse según el área de trabajo.

Productividad y eficiencia

Tiempo de producción: Comparación entre el tiempo antes y después del uso de IA.

Volumen de contenidos generados: Número de piezas de contenido creadas por semana o mes.

Reducción de horas hombre: Cuánto tiempo del equipo se libera para tareas estratégicas.



Calidad del contenido

Tasa de aprobación interna: Porcentaje de contenidos generados por IA que no requieren correcciones.

Engagement: Nivel de interacción con el contenido (likes, shares, comentarios).

Relevancia: Feedback del público objetivo sobre la pertinencia o creatividad del contenido.



Personalización y segmentación

Adaptabilidad del contenido: Número de variaciones creadas por tipo de público.

Incremento en la tasa de apertura de emails personalizados.

Retención del usuario: Tiempo que los usuarios pasan consumiendo contenido generado por IA.

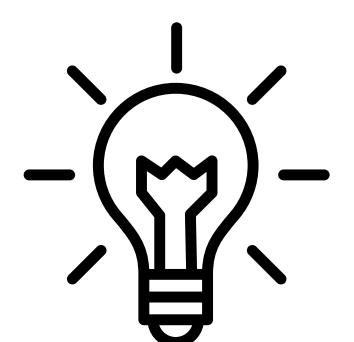


Innovación y diferenciación

Número de pruebas A/B ejecutadas con IA.

Porcentaje de contenidos únicos y originales generados por IA.

Percepción de innovación: Encuestas internas o externas sobre cómo el público percibe la marca tras implementar IA.



Ética y cumplimiento

- Incidentes de contenido inapropiado o sesgado.
- Revisión manual requerida por contenido generado.
- Transparencia en la comunicación del uso de IA (disclaimers, créditos).



Establecer y monitorear estos indicadores permite tomar decisiones basadas en datos reales, identificar áreas de mejora y garantizar que la IA se utilice como una herramienta que potencia la creatividad, la eficiencia y la rentabilidad en el ecosistema cultural y creativo.

IA como catalizador de una nueva era creativa

La implementación de la inteligencia artificial en las industrias creativas representa uno de los **avances más significativos de nuestra era**.

Esta guía ha recorrido las múltiples dimensiones de este fenómeno, desde su introducción y beneficios iniciales hasta su comercialización, retos éticos, legales y su proyección futura.

Lo que queda claro es que estamos frente a una **transformación estructural** que redefine no solo los procesos de creación, sino también la forma en que **entendemos el arte, la cultura y los negocios**.

Las empresas del sector creativo que adopten **la IA con visión, ética y estrategia estarán en una posición privilegiada para liderar el mercado**.

Más que una amenaza, la inteligencia artificial es una extensión del potencial humano, capaz de aumentar **nuestra capacidad de imaginar, narrar, conectar e impactar**.

“El futuro ya está aquí. Y es creativo, humano y potenciado por la inteligencia artificial.”

La clave está en ver la IA no como un reemplazo, sino como un catalizador de innovación. **Invertir en formación, adoptar herramientas de manera crítica, definir políticas claras y fomentar una cultura organizacional abierta al cambio** serán pilares fundamentales para su éxito.

Así mismo, la colaboración **entre talento humano e inteligencia artificial plantea una nueva era de co-creación** donde el contenido generado no solo será más eficiente, sino más estratégico, más personalizado y más

La Cámara de Comercio de Bogotá **invita a los empresarios de las industrias creativas a liderar este cambio**, a experimentar sin miedo y a crear valor sostenible con base en el uso responsable e innovador de estas herramientas.

El momento para actuar es ahora. **El futuro de las industrias creativas ya está en marcha**. Y la inteligencia artificial, bien implementada, será una de sus más valiosas aliadas.

Hemos demostrado que **la IA no busca reemplazar la genialidad humana**, sino potenciarla: ayudándonos a idear más rápido, a llegar más lejos, a personalizar mejor, y a imaginar futuros impensables.

Su verdadero valor no está solo en la automatización, sino en su **capacidad de amplificar la intuición, el talento y el propósito de los creadores**.



Bibliografía

Esta guía incluyó la consulta de fuentes académicas, casos de estudio, artículos especializados, portales de herramientas de IA y referencias legales

1. **PwC (2023). Sizing the prize:** What’s the real value of AI for your business and how can you capitalise?Recuperado de: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/data-and-analytics/publications/artificial-intelligence-study.html>
2. **Deloitte (2023).** State of AI in the Enterprise, 5th Edition. Recuperado de: <https://www2.deloitte.com>
3. **Adobe (2023).** Future of Creativity Study: Generative AI and the Creative Process. Recuperado de: <https://blog.adobe.com/en/publish/2023/08/09/generative-ai-creative-work-adobe-future-creativity-study>
4. **McKinsey & Company (2024).** The Economic Potential of Generative AI: The Next Productivity Frontier. Recuperado de: <https://www.mckinsey.com>
5. **Content Marketing Institute (2023).** AI in Content Marketing: Opportunities and Concerns. Recuperado de: <https://contentmarketinginstitute.com>
6. **Meta Business (2023).** Performance AI case studies. Recuperado de: <https://www.facebook.com/business>
7. **Canva (2024).** Creativity in the Age of AI. Recuperado de: <https://www.canva.com>
8. **Toolify.ai (2024).** AI Tool Directory. Recuperado de: <https://www.toolify.ai>
9. **AuroraJobs (2024).** Cómo llegué ahí: Laia Grassi. Recuperado de: <https://aurorajobs.io/creative/como-llegue-ahi-con-laia-grassi>
10. **BoldJourney (2023).** Meet Laia Grassi. Recuperado de: <https://boldjourney.com/meet-laia-grassi/>
11. **Gobierno de Colombia (2022).** CONPES 4069: Política Nacional para el Desarrollo de la Inteligencia Artificial en Colombia. Recuperado de: <https://colaboracion.dnp.gov.co>
12. **Google Trends (2024).** Data visualización y tendencias globales. Recuperado de: <https://trends.google.com>
13. **RunwayML (2024).** Use cases for creatives. Recuperado de: <https://runwayml.com>
14. **Synthesia (2024).** AI Video Production in News and Media. Recuperado de: <https://www.synthesia.io>
15. **Endel x Warner Music Group (2021).** Press release: AI-generated music collaboration. Recuperado de: <https://endel.io>
16. **ChatGPT (OpenAI).** Model responses used en procesos de creación y estructura narrativa. Generado y verificado por autor bajo condiciones de uso ético.

Fuentes de IA en derechos de autor

- **Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA).** (2024). Lineamientos sobre inteligencia artificial y derecho de autor en Colombia. Bogotá: Ministerio del Interior.
- **Oficina de Copyright de EE. UU. (2023).** Copyright registration guidance: Works containing material generated by artificial intelligence. Washington D.C.: Library of Congress.
- **World Intellectual Property Organization (WIPO).** (2023). WIPO Conversation on Intellectual Property (IP) and Frontier Technologies. Ginebra: WIPO.
- **European Union Intellectual Property Office (EUIPO).** (2023). Intellectual Property and Artificial Intelligence: A review of the impact on copyright. Alicante: EUIPO.
- **New York Times. (2023, diciembre 27).** The New York Times sues OpenAI and Microsoft over use of copyrighted work. The New York Times Company.
- **The Authors Guild. (2023).** Authors Guild v. OpenAI Complaint. U.S. District Court, Southern District of New York.
- **European Commission. (2021).** Proposal for a Regulation laying down harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act). Brussels: European Commission.
- **OECD. (2021).** OECD Principles on Artificial Intelligence. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- **UNESCO. (2023).** Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- **Baker & McKenzie. (2025).** Proyecto de Ley 422 de 2025 - regulación de IA en Colombia.
- **Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2025).** Política Nacional de IA (CONPES 4144).

2600

Campus de Ciencia,
Tecnología e Innovación
de Bogotá – Región

El Campus 2600 es
la **apuesta que**
transformará la
innovación y la
competitividad en
Bogotá-Región.

Una iniciativa de:

En alianza con:

