

## IA en la creatividad: ¿Por qué ya no está de moda y es una necesidad hoy en día?

**Ciudad de México, 11 de febrero de 2025.** – La inteligencia artificial (IA) ha dado un nuevo salto en todas las industrias donde hoy en día la conversación sobre su uso ya no pertenece a una moda pasajera, sino que oficialmente es una herramienta que llegó para quedarse en todos los mercados.

Tan solo este año, [McKinsey](#) predice que la IA tiene el potencial de generar hasta 2.6 mil millones de dólares en valor empresarial únicamente en ventas y marketing, posicionándose como una herramienta clave para las estrategias de comunicación.

Un ejemplo su constante evolución, y nuevos cambios es la reciente introducción de **Operator**, el asistente digital de OpenAI que llevará a cabo tareas en línea, como reservar entradas para conciertos o realizar las compras del supermercado. Ese agente funciona mediante el modelo Computer-Using Agent (CAU), basado en el lenguaje GPT-4o del creador de ChatGPT.

Esto traducido a distintos mercados, como el hotelero, promete revolucionar la forma en que los consumidores reservan hoteles, restaurantes y eventos. Este avance representa un hito para el sector, al automatizar tareas que antes requerían intervención humana, desde la búsqueda de opciones hasta la confirmación de reservas.

*“Operator transforma a la IA de una herramienta pasiva a un recurso activo en el ecosistema digital. Su capacidad de utilizar las mismas interfaces con las que los humanos interactúan a diario amplía la utilidad de la IA, lo que ayuda a las personas a ahorrar tiempo en las tareas cotidianas”,* de acuerdo con [OpenAI](#).

Los interesados en usar Operator sólo deben ingresar al portal ‘operator.chatgpt.com’ y describir la tarea que desean realizar, sin embargo, de momento sólo está disponible en algunas regiones, como Estados Unidos.

Para **Karina Barcellos, Chief Strategy Officer (CSO) en [another](#)**, agencia de comunicación estratégica con la mayor oferta de servicios en América Latina, este tipo de innovación representa un cambio de paradigma que redefine la relación entre los consumidores.

*“La llegada de herramientas como Operator marca un antes y un después en la experiencia del cliente. Ahora, la personalización y la eficiencia se fusionan de una manera nunca vista, permitiendo a los viajeros encontrar y reservar experiencias en segundos”,* señala.

**Un aliado estratégico para la industria**

A diferencia de otros sistemas de automatización, Operator se basa en un modelo de agente computacional que simula el comportamiento humano en la web, interactuando visualmente con interfaces gráficas en lugar de depender exclusivamente de APIs especializadas. *“Lo más interesante de esta tecnología es su capacidad para aprender y adaptarse a las necesidades del usuario, lo que abre un mundo de posibilidades para las marcas en términos de engagement y fidelización”*, explica Barcellos.

Este nuevo asistente digital ofrece una solución integral para cualquier sector, por ejemplo, en el turístico permite desde la búsqueda de alojamiento hasta la gestión de itinerarios completos, mientras que en mercado inmobiliario permite que se puedan comparar precios de viviendas. Sin embargo, su implementación también genera interrogantes sobre la seguridad y la necesidad de una supervisión activa. OpenAI ha dejado claro que algunas transacciones sensibles, como las bancarias, requerirán la intervención del usuario para evitar posibles errores o vulnerabilidades.

### **El desafío para las marcas**

A medida que la adopción de esta tecnología se expande, las marcas de la industria enfrentan el reto de integrar soluciones de inteligencia artificial en sus estrategias digitales, donde las marcas y empresas necesitarán de expertos en estas nuevas tecnologías, donde una agencia de marketing 360° puede apoyar a definir nuevas visiones mediante el apoyo de estas nuevas herramientas. *“La clave estará en aprovechar estas tecnologías para ofrecer experiencias más fluidas y personalizadas, sin perder el toque humano que sigue siendo esencial en el sector”*, afirma **Karina Barcellos**.