

FREEPIK ANTE LA AMENAZA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA GENERACIÓN DE IMÁGENES¹

Freepik se encontraba en un momento muy importante de su evolución a comienzos de 2025. La empresa había experimentado un crecimiento considerable desde sus inicios como un modesto buscador de imágenes y se había convertido en un referente mundial en el sector de recursos gráficos digitales, hasta su consolidación como líder en la distribución de contenido para diseñadores (ver Anexo 1: *Evolución de los ingresos anuales y suscripciones de Freepik de 2018 a 2024*).

Sin embargo, la irrupción de la inteligencia artificial generativa comenzaba a cambiar la industria del diseño gráfico. Herramientas de inteligencia artificial (IA) como DALL·E, Midjourney y Stable Diffusion permitían a los usuarios crear imágenes personalizadas a partir de descripciones de texto o de voz; estos recursos podían incidir de forma negativa en la demanda de bancos de imágenes tradicionales (ver Anexo 2: *Línea temporal de la evolución de IA generativa para imágenes*, Anexo 3: *Comparativa de herramientas*, y Apéndice I: *Explicación de algunas herramientas de IA generativa para imágenes*).

Joaquín Cuenca, CEO y cofundador de Freepik, se enfrentaba a un desafío estratégico significativo. La empresa tenía que decidir cómo responder a esta disrupción tecnológica sin comprometer su modelo de negocio ni su relación con los diseñadores que colaboraban con la plataforma. Cuenca lo expresaba así en una entrevista:

"La IA no es una amenaza, sino una oportunidad... pero sólo para aquellos que sepan aprovecharla antes que sus competidores".

El equipo directivo de Freepik consideraba varias opciones para el futuro de la empresa:

- Desarrollar su propia tecnología de IA para generar imágenes personalizadas y mejorar su oferta de servicios.
- Adquirir alguna empresa que desarrollara la tecnología de IA.

¹ Caso de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por el profesor José María Camacho Baena, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada. Copyright © mayo 2026, Fundación San Telmo. No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros procedimientos, sin la autorización expresa y escrita de Fundación San Telmo. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por correo electrónico a la dirección casos@santelmo.org

- Asociarse con alguno de los gigantes tecnológicos, como Google, para integrar su IA como motor generador y posicionarse como interfaz creativa especializada sobre tecnología de terceros.

Cada una de esas opciones implicaba diferentes riesgos y oportunidades. Ya habían dado pasos en alguno de esos sentidos, conscientes de que las decisiones que tomara Freepik no solo determinarían su futuro en el mercado, sino que también marcarían un precedente en la industria de plataformas de recursos gráficos.

En este video Joaquín Cuenca explicaba lo que supuso para Freepik y para el sector de la generación de imágenes la irrupción de DALL·E 2 a mediados del año 2022:



Fuente: extracto de #PodKast de K Fund en Youtube (6 junio 2024)

HISTORIA Y ORIGEN DE FREPIK: DE MÁLAGA AL MUNDO

Freepik se fundó en 2010 en la ciudad de Málaga (España) por Joaquín Cuenca, Alejandro Blanes y Pablo Blanes. Cuenca ya era un emprendedor con experiencia: había sido cofundador de Panoramio, una plataforma de geolocalización de imágenes adquirida por Google en 2007.

La idea de Freepik surgió cuando Alejandro Blanes, diseñador gráfico profesional, se dio cuenta de la dificultad de encontrar recursos visuales gratuitos y de calidad para sus proyectos. Los bancos de imágenes disponibles eran costosos y poco accesibles para diseñadores independientes y pequeñas empresas, por lo que Blanes y Cuenca decidieron crear un motor de búsqueda de imágenes gratuitas en internet, al que llamaron Freepik (ver Anexo 4: *Análisis del tamaño del mercado de bancos de imágenes y su evolución*).

El proyecto comenzó como una iniciativa modesta, sin grandes expectativas de crecimiento, pero el enfoque en SEO (optimización para motores de búsqueda) permitió que Freepik atrajera millones de visitas sin necesidad de invertir en publicidad. Esto le dio una ventaja competitiva clave y permitió su rápida expansión.

Freepik comenzó como un buscador de recursos gráficos que indexaba contenidos gratuitos de terceros y redirigía tráfico a sus páginas de origen. La plataforma evolucionó y estableció acuerdos comerciales con webs especializadas, como Shutterstock, a las que enviaba tráfico a cambio de una compensación económica.

La gran transformación llegó con la creación de contenido propio y colaborativo, que en 2025 representaba la mayor parte de su catálogo. Se convirtió en una plataforma con contenido propio, donde los diseñadores podían ofrecer sus creaciones y monetizarlas.

Freepik alojaba y distribuía imágenes, vectores² e iconos producidos tanto por su equipo interno como por diseñadores externos seleccionados. Este contenido era sometido a un riguroso proceso de validación para garantizar su calidad y autenticidad. Freepik, a diferencia de otras plataformas abiertas, no permitía añadir contenido sin permiso, y así se aseguraba un control más riguroso sobre la experiencia del usuario y la legitimidad de los recursos ofrecidos.

El modelo híbrido de la compañía —que combinaba indexación de terceros, acuerdos estratégicos y producción propia— le había permitido independizarse de otras plataformas y optimizar la experiencia de usuario, evitando los riesgos asociados a depender exclusivamente de fuentes externas. Como destacaba Joaquín Cuenca:

“Esta estrategia fue clave para fidelizar a los usuarios dentro del ecosistema de Freepik y consolidar su crecimiento”.

Este cambio de modelo supuso una inflexión en la historia de Freepik. La empresa lanzó en 2014 su propio mercado de contenido gráfico, que permitía a los diseñadores subir a la plataforma ilustraciones, iconos y otros recursos a cambio de una compensación basada en las descargas realizadas por los usuarios *premium*. El crecimiento de Freepik fue exponencial. En 2018, la empresa ya generaba más de un millón de euros al mes en ingresos y había diversificado su oferta con el lanzamiento de nuevas plataformas.

La compañía también comenzó a expandirse internacionalmente, atrayendo usuarios de Estados Unidos, Europa y Sudamérica. Su estrategia de negocio seguía girando en torno al modelo *freemium*, en el que los usuarios podían descargar recursos gratuitos con atribución³ o suscribirse a una cuenta *premium* para acceder a contenido exclusivo sin restricciones.

El siguiente gran hito llegó en 2020, cuando el fondo de inversión sueco EQT⁴ adquirió una participación mayoritaria en Freepik, que valoró en más de 200 millones de euros⁵. Esta inversión permitió a la compañía acelerar su crecimiento, mejorar su infraestructura tecnológica y ampliar su equipo.

² En diseño gráfico, una imagen vectorial es un tipo de gráficos digitales que se crea utilizando vectores matemáticos para definir formas y elementos. A diferencia de las imágenes de mapa de bits, que se componen de píxeles individuales, las imágenes vectoriales se basan en ecuaciones matemáticas que describen la ubicación, tamaño, forma y colores de los elementos en la imagen. Las imágenes vectoriales son altamente escalables, lo que significa que se pueden agrandar o reducir a cualquier tamaño sin perder calidad ni claridad.

³ Los acuerdos de atribución son licencias que permiten el uso gratuito de contenido digital siempre que el usuario incluya una mención visible al autor original o a la plataforma distribuidora. En el caso de Freepik, los usuarios gratuitos debían incluir un crédito (ej. "Diseño por Freepik") al utilizar imágenes, vectores o iconos descargados sin suscripción.

⁴ EQT es un fondo de inversión de origen sueco, fundado en 1994, especializado en capital privado, infraestructuras y otros activos alternativos. Con presencia internacional, gestiona más de 260.000 millones de euros en activos (*Assets Under Management, AUM*, datos de 2025), lo que lo sitúa entre los principales gestores de inversión privados a nivel global.

⁵ <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/10569990/05/20/El-fondo-EQT-compra-Freepik-el-google-espanol-de-las-imagenes.html> (última visita el 10 de marzo de 2025).