

ChatGPT quiere transformar tus chats en compras

ChatGPT ya no es solo un asistente, un redactor improvisado (que se lo digan a Monday) o un generador de ideas para las tardes de bloqueo. Ahora empieza a asomar como algo más tangible, más conectado con la economía real. No es que lo haya hecho aún, no del todo, pero los movimientos que OpenAI está ensayando en la trastienda apuntan en esa dirección. Me intriga pensar en qué momento dejaremos de conversar con una inteligencia artificial para empezar a comprar a través de ella. Y lo más inquietante es que puede que eso no esté tan lejos.

OpenAI está probando una nueva funcionalidad dentro de ChatGPT llamada "Shopping". Aunque aún no se ha lanzado oficialmente ni tiene fecha de llegada al público general, las pruebas activas en la aplicación web incluyen elementos como "Shopping", "Checkout" y "Orders". Esta función permitiría a los usuarios comprar productos directamente desde la interfaz del chatbot, convirtiendo cada conversación en una experiencia de compra potencial. Según lo publicado, esta novedad no se limitaría a usuarios de pago, sino que estaría disponible también para quienes utilizan la versión gratuita. Algo totalmente lógico, por otra parte, pues supone una vía interesante para monetizar las cuentas que no pasan por caja.

El modelo de negocio es claro y no muy distinto al de otras plataformas digitales. Cuando un usuario realiza una compra a través de ChatGPT, OpenAI obtendría una comisión sobre esa transacción, actuando como intermediario entre el vendedor y el consumidor. Se trata de un planteamiento similar al de los programas de afiliados que utilizan los editores de contenido online. Aquí, sin embargo, la comisión no se genera desde un enlace o una recomendación editorial, sino desde una conversación entre usuario y asistente.

Uno de los aspectos más llamativos del sistema en pruebas es su simplicidad: el proceso se plantea como una experiencia integrada, donde se pueda buscar, comparar y adquirir un producto sin abandonar en ningún momento la conversación con el asistente. ChatGPT asumiría así el papel de buscador, asesor y plataforma de compra, todo en uno. El objetivo es reducir la fricción entre la intención de compra y la acción final, fundiendo el comercio electrónico con la lógica conversacional de la IA.

Otro detalle relevante es la posible alianza estratégica con Shopify, mencionada por el Financial Times. Esta colaboración permitiría a OpenAI integrar directamente las funciones de compra y pago (checkout) mediante una de las plataformas de e-commerce más consolidadas del mercado. De concretarse, este acuerdo abriría un canal robusto para monetizar las interacciones sin recurrir a publicidad tradicional, al tiempo que acercaría a miles de comerciantes al ecosistema ChatGPT.

Por razones operativas y estratégicas, la funcionalidad de compras no se limitaría a los usuarios suscritos a los planes Plus o Pro. Para que el modelo de comisiones sea efectivo y genere un volumen significativo de ingresos, es necesario que llegue a la base completa de usuarios, incluidos los que acceden sin pagar. Cuantos más usuarios puedan convertir sus búsquedas en compras dentro del sistema, mayor será el rendimiento para OpenAI. Y eso convierte cada diálogo cotidiano en una oportunidad comercial latente.

Me pregunto qué significará esto, en el fondo, para quienes usamos herramientas como ChatGPT no como escaparate, sino como espacio mental, como un entorno de ideas. ¿Cambiará nuestra relación con la IA cuando cada sugerencia pueda ser también una oferta? ¿Seguiremos confiando igual en su «neutralidad» cuando haya dinero de por medio? Tal vez el futuro del comercio no esté en más tiendas, ni siquiera en más algoritmos, sino en más palabras. Palabras que venden. Palabras que compran. Palabras que ya no solo informan, sino que generan ingresos.

Con información de Muy Computer