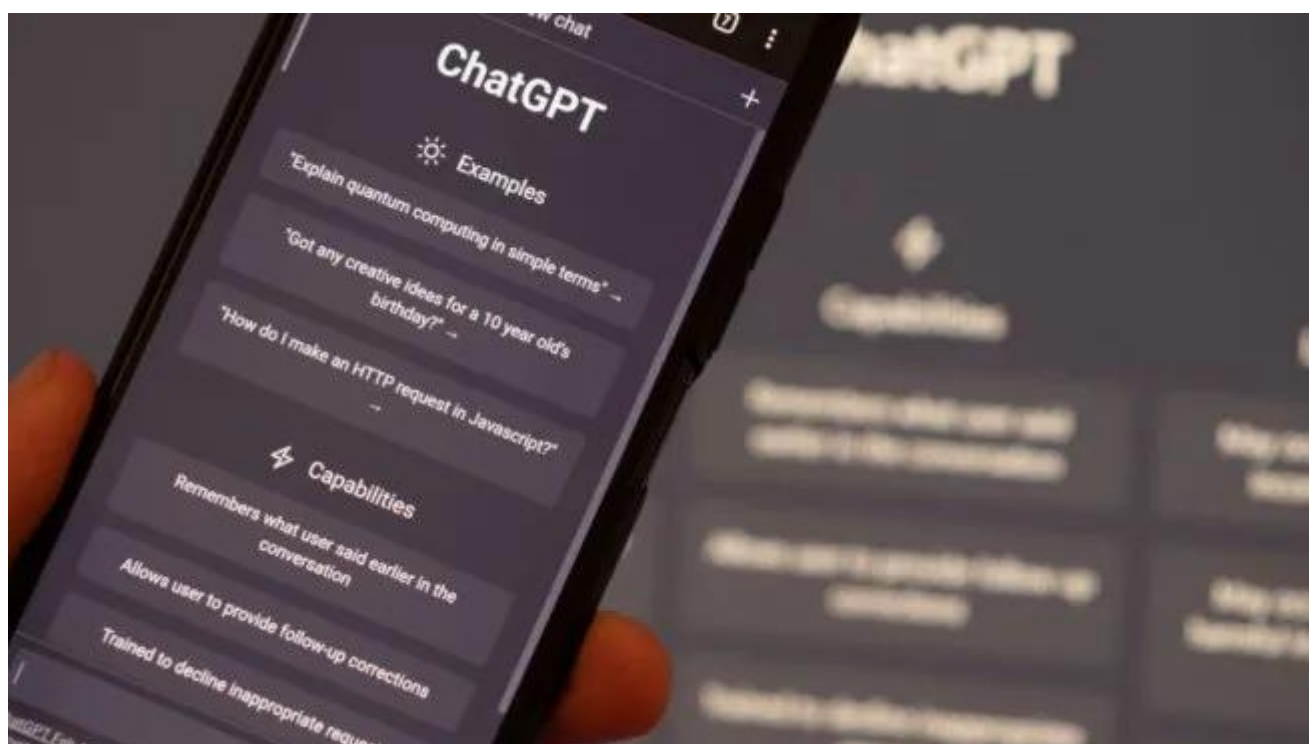


# Según OpenAI, más del 70% de las conversaciones con ChatGPT no son para el trabajo: ¿para qué es usada entonces la IA?

20/09/2025



ChatGPT fue lanzado en noviembre de 2022 y desde entonces transformó profundamente la relación del grueso de la población con la inteligencia artificial, que hasta ese momento desconocía el desarrollo de esta tecnología. Casi tres años después de su presentación al mundo, la herramienta registra 18.000 millones de mensajes enviados por 700 millones de usuarios (10% de la población mundial adulta) por semana, datos que refuerzan la idea de que nos encontramos en un cambio de paradigma. En este escenario, una de las principales preguntas que surgen es: ¿cómo usamos ChatGPT?

OpenAI publicó en los últimos días un **profundo informe** que

**revela cómo y para qué utilizan ChatGPT las personas.** Una de las principales tendencias que se revelaron es que **los usos para tareas no relacionados al trabajo** aumentan cada vez más: en la actualidad, **representan el 73% del total de conversaciones.**

El dato que arroja el informe revela que, si bien **el uso de la herramienta en el ambiente laboral también crece en términos reales**, ChatGPT penetró en la vida de las personas más allá de la búsqueda por una mayor productividad. En el escenario actual, el chatbot ya no solo funciona como un riguroso investigador o un talentoso ilustrador, sino que **está herramienta ganó terreno en la vida cotidiana de las personas, hasta incluso llegar a servir como un amigo o un «psicólogo».**

## **Para qué usamos ChatGPT**

El estudio se basó en la toma de muestras de aproximadamente **1,1 millones de conversaciones**, de las que se tomó un mensaje de cada una, con una serie de restricciones sobre usuarios sensibles (como aquellos menores de edad). Los datos luego fueron cargados en un LLM que se encargó de **analizar las charlas y clasificarlas según diferentes categorías definidas por los investigadores.**

**OpenAI** dispuso en tres grandes grupos los usos que se le da a la herramienta: si es usada para el trabajar o no, **el tópico de la conversación y el tipo de interacción que el usuario establece con el chatbot.** Cabe destacar que el análisis se basa en la intención del usuario más que en el texto concreto de la conversación entre la persona y el LLM.

## **Trabajo vs. uso personal**

Para junio de 2025 – y a raíz de los mensajes estudiados – la **empresa líder en IA estima que de los 2.627 mensajes enviados diariamente, 1.911 millones (73% del total)** están relacionados con cuestiones **no laborales**, mientras que **716 millones** se

basan en consultas orientadas al trabajo.

Month	Non-Work (M)	(%)	Work (M)	(%)	Total Messages (M)
Jun 2024	238	53%	213	47%	451
Jun 2025	1,911	73%	716	27%	2,627

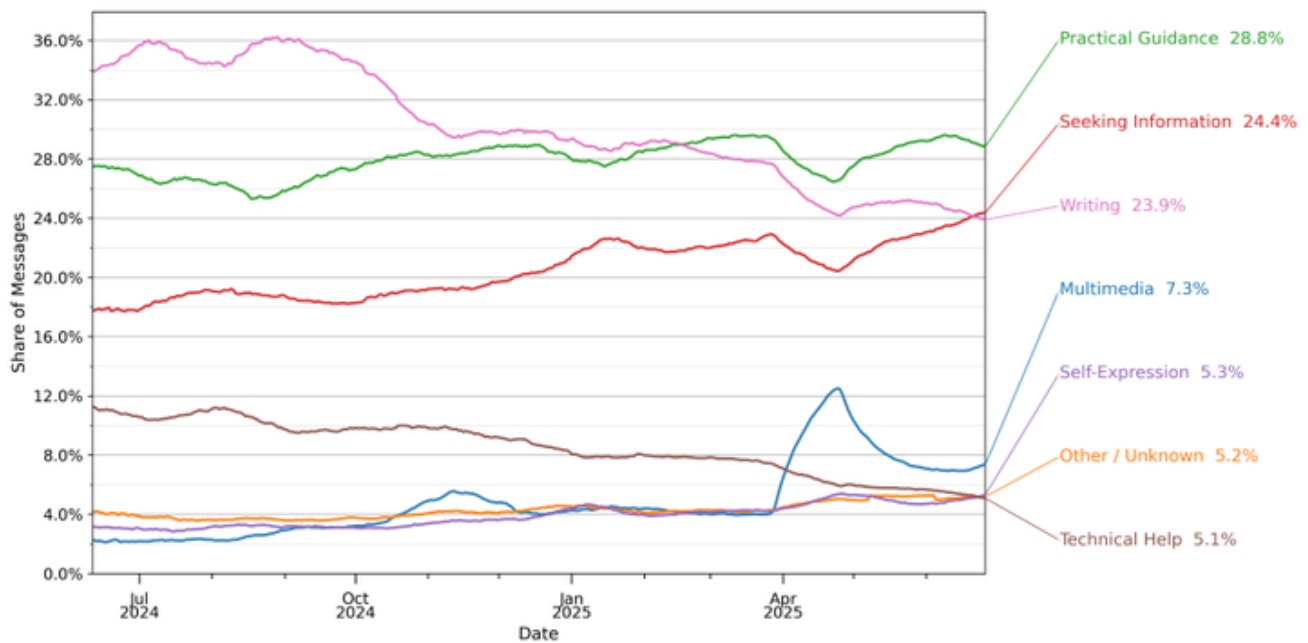
**Table 1:** ChatGPT daily message counts (millions), broken down by likely work-related or non-work-related. Total daily counts are exact measurements of message volume from all consumer plans. Daily counts of work and non-work related messages are estimated by classifying a random sample of conversations from that day. Sampling is done to exclude users who opt-out of sharing their messages for model training, users who self-report their age as under 18, logged-out users, deleted conversations, and accounts which have been deactivated or banned (details available in Section 3). Reported values are 7-day averages (to smooth weekly fluctuation) ending on the 26th of June 2024 and 26th of June 2025.

La evolución de las solicitudes relacionadas al trabajo y a la vida personal durante el último año.

OpenAI

## Cuáles son los principales tópicos de conversación

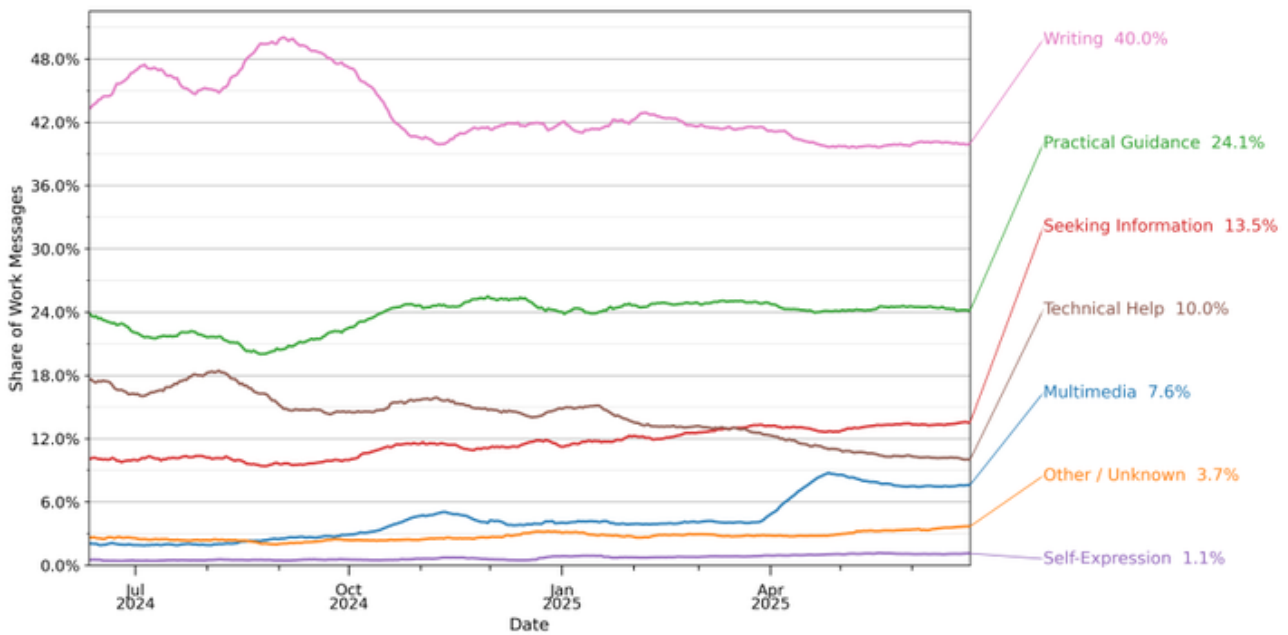
Con el total de las conversaciones estudiadas, el informe ordenó los mensajes en tres principales categorías: **orientación práctica** – consejos, docencia o salud (29%), **búsqueda de información** (24%) y **escritura** (24%) que, en total, suman el **77% del total de las interacciones** que recibe ChatGPT.



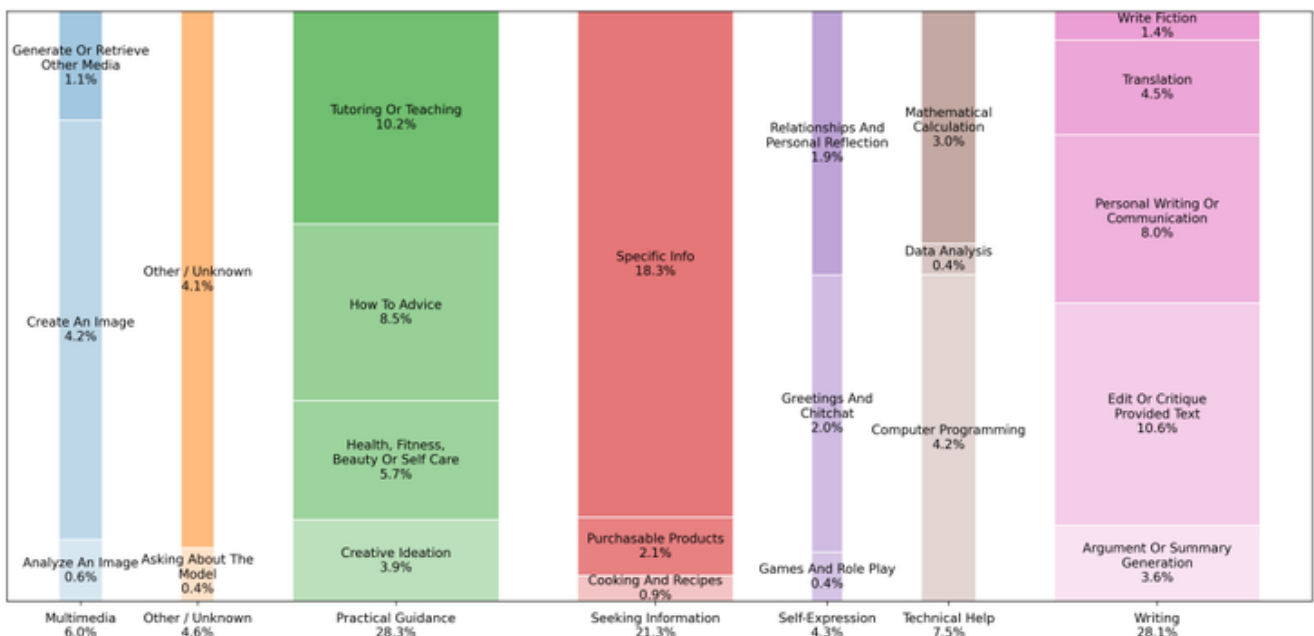
Entre otros tópicos, las consultas relacionadas a **ayuda técnica** disminuyeron del 12% en 2024 al **5% en la actualidad**. Los investigadores relacionan esta reducción como una posible consecuencia del crecimiento de las Interfaces de Programación de Aplicaciones (API) que ofrecen este tipo de servicios para programación por fuera de ChatGPT. En cuanto a la sección Multimedia (creación de videos, fotografías e ilustraciones), creció del 2% al **7%**.

Una de las temáticas más controversiales en torno al chat es su **creciente utilización como un canalizador para la autoexpresión**, otra de las categorías definidas por los investigadores, que en el presente representa el **4,3% de la totalidad de las conversaciones**. Más en detalle, OpenAI aseguró que casi el **2,4%** de todos los mensajes estudiados están relacionados con **relaciones y reflexión personal** (1,9%) o con **juegos y rol** (0,4%).

Si analizamos los datos que da el estudio y los acotamos únicamente **al universo laboral**, aproximadamente el **40% de todos los mensajes** de julio de 2025 corresponden a la categoría de **escritura**, seguido por **orientación práctica** (24%) y **ayuda técnica** (10%).



En cuánto a las conversaciones orientadas a pedir ayuda en la **escritura**, el informe de OpenAI basado en conversaciones reales divide en 5 subcategorías según el tipo de acción solicitada. Las mismas son; edición o crítica de un texto; escritura o comunicación personal; traducción; generación de argumentos o sumarios y **escritura de ficción**.



Los tópicos de conversación más comunes divididos por categoría de solicitud.

OpenAI

## ChatGPT: ¿el maestro definitivo?

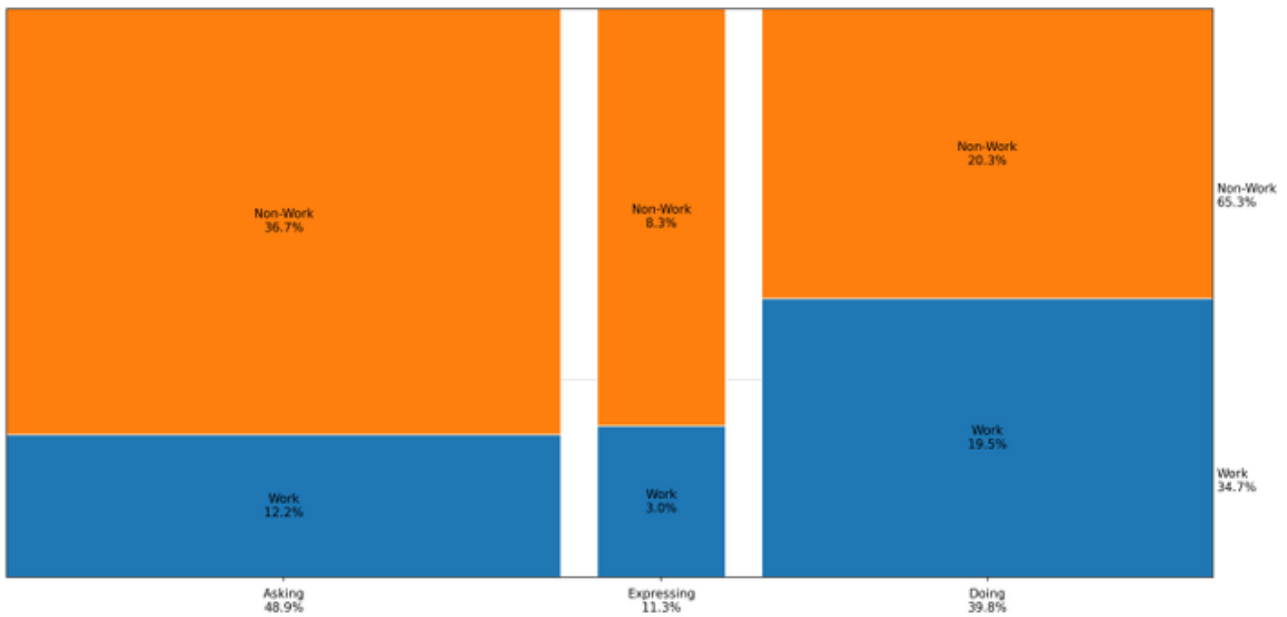
Un tema aparte – y controversial – es el uso **educativo de la herramienta**. Según reveló el informe, **10,2%** de todos los mensajes de los usuarios – y el **36%** de los mensajes de **orientación práctica** – corresponden a solicitudes de tutoría o enseñanza.

## Preguntar, hacer o expresarse: las intenciones detrás de las conversaciones

Si la primer parte del estudio buscó revelar sobre **los usos reales que se le da a ChatGPT**, el siguiente objetivo fue descubrir la intención del usuario en su conversación con la IA. En pocas palabras, comprender específicamente **qué está buscando el usuario que la herramienta haga**.

Para entender mejor las intenciones de las personas, los investigadores de OpenAI delimitaron 3 grandes categorías: **preguntar, hacer o expresar**.

**Preguntar** refiere a la intención del usuario de «buscar información o consejos que lo ayudarán a estar mejor informado o tomar mejores decisiones». Ejemplo de estos *prompts* pueden ser consultas como «¿cuánto fue la inflación el año pasado?» o «¿cómo puedo mejorar mi estado físico?».



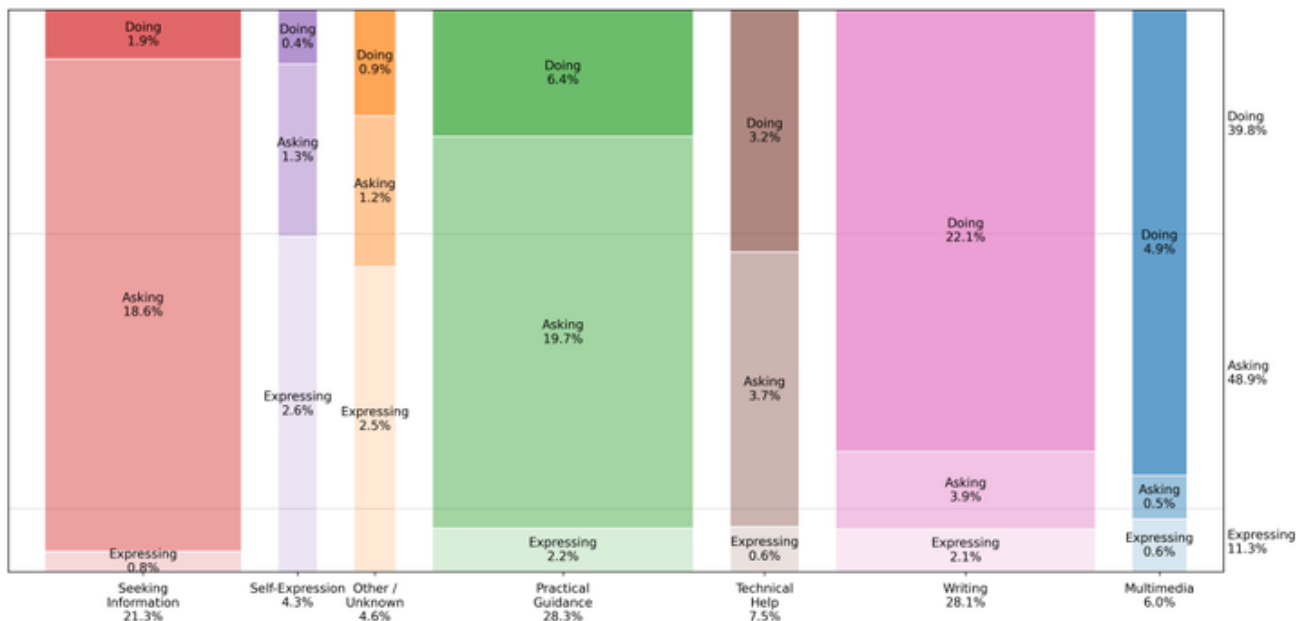
Preguntar, hacer o expresarse, clasificados según su significancia en el ámbito laboral y personal.

## OpenAI

Por su lado, **hacer** está relacionado a «solicitudes que buscan que ChatGPT **realice una tarea particular** para el usuario». Entre los pedidos más comunes figuran pedidos como redactar un mail, escribir un código y afines.

Por último, el informe destaca la categoría de **expresar**, donde el usuario comparte mensajes que «no piden ni información ni exigen al chatbot realizar una tarea».

En este escenario, de la totalidad de mensajes estudiados, **el 49% de los usuarios realizan preguntas**, el **40%** le solicitan al ChatGPT **hacer algo** y el **11%** restante lo usa como un canal para **expresarse**.



Hacer, preguntar, expresar, las solicitudes clasificadas según el tópico de conversación.

OpenAI

## La satisfacción de los usuarios con ChatGPT

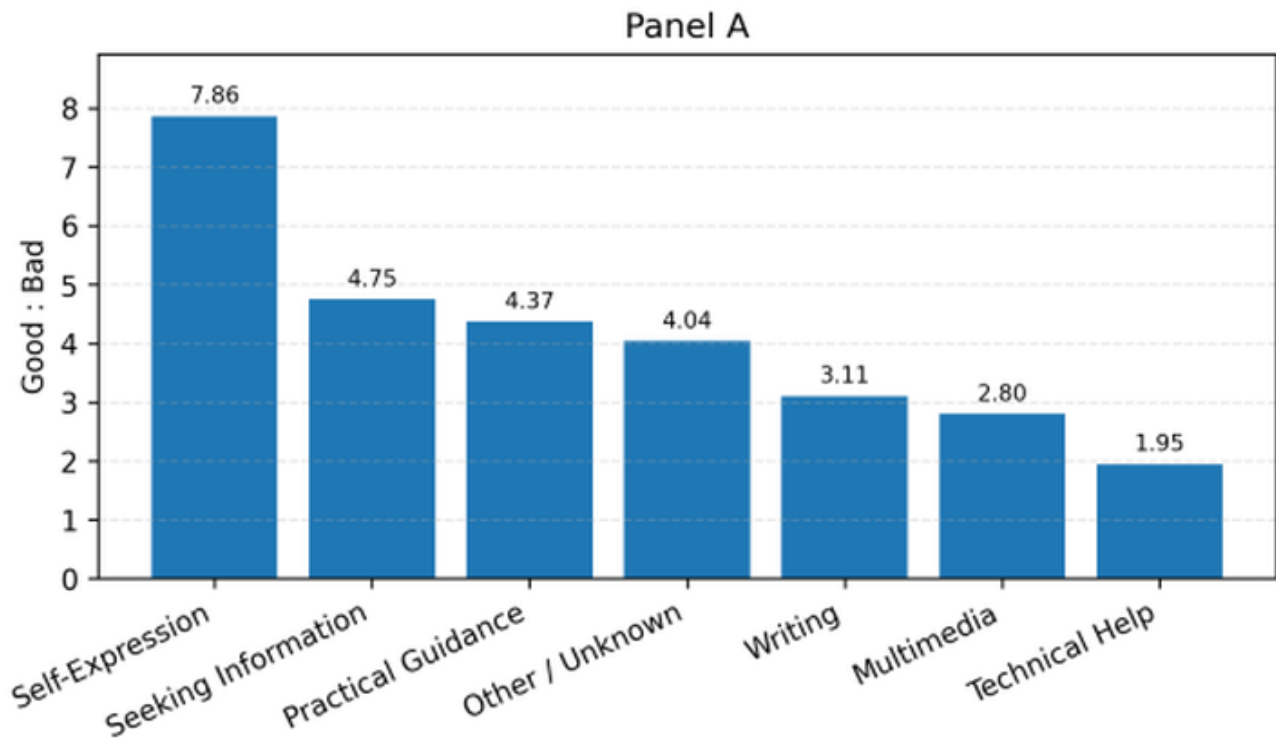
Sobre el final del informe, los expertos reflejaron la satisfacción de los usuarios con sus interacciones con la herramienta basándose en los *likes* o *dislikes* que dejan las personas en la herramienta. Así, agruparon los resultados en tres grandes categorías: buena, mala y desconocida.

El **57,8%** de los usuarios confirmó estar satisfecho con las respuestas dadas por el chatbot, mientras que el **13,5%** las calificó como malas interacciones y el **28,7%** no emitió opinión.

Por otro lado, el informe también midió la relación entre buenas y malas calificaciones, según las distintas categorías explicadas en el primer apartado. En ese sentido, quienes utilizan **ChatGPT** para expresarse tienen un *ratio* de *like* y *dislike* de casi 8 a 1 (**¿gracias a la notoria condescendencia y servidumbre del chat?**), mientras que la peor razón se la lleva

la ayuda técnica, con casi un *dislike* por cada dos *likes*.

Por último, quienes usan el chat para **preguntas** aprueban las interacciones en un *ratio* de 4.45 a 1, mientras que quienes buscan **que la herramienta haga algo solo están satisfechos con la respuesta** 2.76 veces por cada 1 que la solución no fue la que buscaban.



El *ratio* de aprobación según los tópicos de conversación.

## Quiénes usan ChatGPT

Para entender mejor a la población estudiada, los investigadores de OpenAI también intentaron conocer al detalle las personas que se encuentran detrás de los datos. Así, las conversaciones estudiadas también sirvieron para definir tendencias de uso según el género o la edad.

Cabe destacar que en lo que se refiere al género de la persona, los investigadores se basaron en la clasificación del nombre que los usuarios utilizaron a la hora de crear su cuenta.

Los resultados arrojaron que **los inicios de la herramienta reflejaron un uso predominante por parte de usuarios masculinos (casi 80%)**. Sin embargo – y excluyendo a la categoría de «desconocido» – la actualidad presenta un escenario totalmente distinto: el 52,4% están registrados con nombres femeninos, contra un 44,7% masculinos.

Por otro lado, alrededor del **46% de los mensajes del conjunto de datos provino de usuarios de entre 18 y 25 años** con una curiosidad.

Sobre el análisis de cada grupo etario, los investigadores destacaron que **la proporción de los mensajes vinculada al trabajo aumentó a medida que también lo hacía la edad**. En contrapartida, solo el **23% de los jóvenes menores de 26 años** hicieron consultas relacionadas al trabajo.

Fuente: **Ámbito Financiero**.