



El contraataque de Google: OpenAI contra las cuerdas y Altman en alerta máxima

Descripción

A finales de 2025, Google se ha posicionado como una seria amenaza para el liderazgo de OpenAI con el lanzamiento de Gemini 3.

La diferencia fundamental radica en la capacidad financiera: Google cuenta con recursos ilimitados, mientras que OpenAI acumula deudas.

El cambio de tornos: Altman activa el "modo rojo"



Por Alvaro Abril, CEO,
[Geniales.co](https://geniales.co)

Tras tres años en los que OpenAI aterrorizó a Google con ChatGPT, la situación se ha revertido. Sam Altman, CEO de OpenAI, ha declarado un "modo rojo", priorizando todos los recursos en

mejorar ChatGPT y postergando proyectos como la publicidad en la versión gratuita, los agentes de IA y el asistente personal Pulse. La empresa que obligó a Google a reaccionar ahora es la que se ve forzada a hacerlo. Gemini ya es la mejor IA del mundo.

El ascenso de Gemini 3 y el pánico en OpenAI

En 2022, ChatGPT revolucionó la IA generativa, causando pánico en Google. Tres años después, Gemini 3 ha superado a los modelos de OpenAI en benchmarks clave, recibiendo una gran acogida. Marc Benioff, CEO de Salesforce, lo dejó claro: tras probar Gemini 3, no piensa volver a ChatGPT.

La batalla por los usuarios y la abismal diferencia financiera

Gemini ha experimentado un crecimiento explosivo, pasando de 450 a 650 millones de usuarios activos mensuales entre julio y octubre. Aunque ChatGPT mantiene el liderazgo con más de 800 millones de usuarios semanales, la velocidad de avance de Google ha encendido las alarmas en OpenAI.

La diferencia en la capacidad de gasto es abismal. Google, respaldado por una máquina de generar efectivo con grandes márgenes, ingresó 102.000 millones de dólares solo en el último trimestre, mientras que OpenAI proyecta alcanzar 20.000 millones de ingresos este año, pero necesitará 200.000 millones para 2030 para ser rentable. Además, sus compromisos de infraestructura suman 1,4 billones de dólares en los próximos ocho años.

El desafío de OpenAI y la estrategia de Google

A pesar de la presión, OpenAI conserva la ventaja de sus 800 millones de usuarios semanales, un desafío difícil de conquistar. ChatGPT se ha convertido en sinónimo de IA conversacional, y cambiar los hábitos de los usuarios es un desafío monumental.

Sin embargo, la negativa de OpenAI a monetizar ChatGPT mediante publicidad es cada vez más cuestionable. Google dominó la búsqueda precisamente gracias a un modelo publicitario que mejoraba el producto y generaba márgenes crecientes.

El futuro de OpenAI: ¿supervivencia o absorción?

Google, que hace tres años declaraba desafío ante la amenaza de ChatGPT, ahora contraataca con una ventaja estructural aplastante: control de la distribución, capacidad financiera holgada y chips propios. OpenAI tiene usuarios, pero Google tiene el dinero, la infraestructura y la paciencia para librar una guerra de desgaste. La pregunta crucial es si OpenAI podrá sobrevivir como empresa independiente cuando sus ventajas tecnológicas se desvanezcan y su modelo de negocio siga sin funcionar.

[Haz clic aquí](#)

Extracto obtenido [haciendo clic aquí](#)

Autor
admin