

A nuestra querida comunidad:

El año pasado, las empresas que trabajan con Stripe procesaron 1,9 billones de dólares, un 34 % más que en 2024 y el equivalente a cerca del 1,6 % del PIB mundial. Nuestros servicios financieros programables ya se han convertido en el motor de más de 5 millones de empresas, tanto de forma directa como a través de plataformas externas. Entre ellas, encontramos a todas las empresas de IA más importantes del momento, la gran mayoría de las empresas cotizadas más consolidadas (el 90 % del Dow Jones Industrial Average), buena parte de las grandes empresas tecnológicas (el 80 % del Nasdaq 100) y un porcentaje muy significativo de nuevas *startups* (el 25 % de las sociedades de Delaware se constituye con [Stripe Atlas](#)). Más allá de los pagos, estas empresas están usando Stripe para acelerar su crecimiento con nuestras soluciones de facturación y gestión de suscripciones, cumplimiento de la normativa fiscal, prevención del fraude, finanzas integradas y gestión de la tesorería global, entre muchas otras funciones. Por ejemplo, [Link](#), la forma más fácil de pagar *online*, ya tiene más de 200 millones de usuarios en todo el mundo.

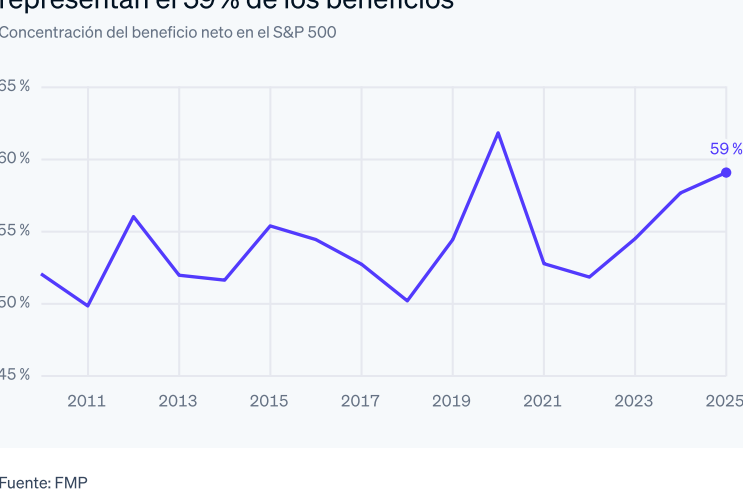
Por nuestra parte, Stripe ha logrado mantener una rentabilidad muy sólida que nos ha permitido seguir invirtiendo en desarrollo de productos (lanzamos más de 350 actualizaciones en un año) y en nuevas adquisiciones. Desde la última edición de esta carta anual, hemos adquirido [Privy](#), la tecnología que da soporte a más de 110 millones de monederos programables, y [Metronome](#), el motor detrás de los modelos de facturación basada en el consumo que usan empresas como [OpenAI](#), [Anthropic](#), [Confluent](#) y NVIDIA. Metronome se incorpora a nuestra *suite* de herramientas de gestión de ingresos, que este año va camino de alcanzar una proyección de ingresos anuales de 1000 millones de dólares.

En general, 2025 fue un año de gran crecimiento para la economía de Internet, y no podríamos estar más orgullosos de ver el éxito que están cosechando muchos de nuestros clientes.

El gran filtro del mercado

En el fondo, los mercados competitivos actúan como un filtro inescrutable: se encargan de canalizar los beneficios, el capital y el talento hacia donde puedan ofrecer más valor, siempre bajo el veredicto de unos clientes que «votan» con sus decisiones de compra. Históricamente, este proceso de selección ocurría de forma metódica. Por lo general, tenían que pasar décadas para que una marca de renombre fuera desbancada o para que una empresa recién llegada alcanzara una escala significativa.

Pero ese engranaje funciona ahora a toda máquina: el mercado corona a los ganadores y penaliza a los perdedores con una rapidez (y una intensidad) sin precedentes. A día de hoy, el tercio más rentable de las empresas que cotizan en bolsa en EE. UU. acapara dos tercios de la capitalización bursátil total, un récord histórico desde que existen registros (1963). No se trata solo de una cuestión de valoración, sino de una concentración de beneficios: el 10 % de las empresas del S&P 500 con mayor capitalización de mercado genera cerca del 59 % de los beneficios totales del índice, un nivel significativamente superior al de la historia reciente.

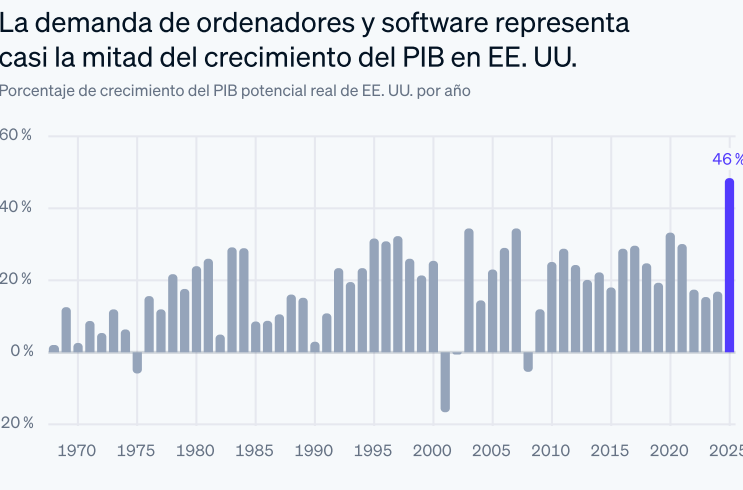


Fuente: FMP

Este fenómeno responde, en gran medida, a una bifurcación interna en varios sectores. En el retail de EE. UU., por ejemplo, las ventas en tiendas físicas solo han crecido un 5 % en 3 años, frente al 30 % del e-commerce en ese mismo período (siempre ajustado a la inflación). En el transporte aéreo, el tridente que forman American, Delta y United Airlines sigue ganando terreno en términos de ingresos y beneficios. Tanto es así que, en 2025, Delta y United Airlines acapararon casi todos los beneficios de las aerolíneas del país. Si miramos a la [sanidad](#), las cuotas de beneficios de hospitales y aseguradoras han sufrido un duro revés desde 2019, pero la tecnología sanitaria va camino de superar los 110.000 M\$ en EBITDA de cara a 2029. Aunque cada sector tiene sus matices, la tendencia es clara: un grupo selecto de empresas está tomando la delantera. En el conjunto de la economía, la demanda de software, ordenadores y centros de datos generó casi la mitad del crecimiento del PIB estado-unidense en 2025, y todo apunta a que pronto será el principal motor de su economía.



Fuente: Análisis de Stripe de los datos de la Oficina de Análisis Económico de los EE. UU. (BEA)



Fuente: Oficina de Análisis Económico de los EE. UU. (BEA), Oficina de Presupuesto del Congreso (CBO), análisis de Stripe

Si nos fijamos en las empresas que empezaron a trabajar con Stripe en 2025 (una promoción extraordinaria), nada apunta a que el gran filtro del mercado esté pisando el freno. En 2025, se unieron a Stripe muchas más empresas nuevas que nunca, y más de la mitad de ellas (el 57 %) se encontraban fuera de EE. UU. Esta nueva generación es la más dinámica y productiva que hemos conocido: su ritmo de crecimiento supera en un 50 % a la de 2024. De hecho, el número de empresas que alcanzó los 10 millones de dólares de ingresos anuales recurrentes (ARR) solo tres meses después de su lanzamiento fue el doble que el año anterior.

Esta tendencia refleja una aceleración sin precedentes en nuestro sector. Después de años de relativa calma, el número de aplicaciones de iOS lanzadas en diciembre de 2025 aumentó un 60 % interanual (sospechamos que la rutina de sueño del equipo de revisión de la App Store en los últimos meses no es ideal). La creación de código también coge ritmo: los envíos a GitHub, que crecieron aproximadamente entre un 10 % y un 12 % en años anteriores, aumentaron un 41 % entre el tercer trimestre de 2024 y el de 2025.

Como desarrollar software y aplicaciones es cada vez más sencillo, nos hemos propuesto lograr que Stripe sea aún más fácil de integrar, incluso para los [agentes de IA](#). Hace poco presentamos los [entornos de prueba reclamables](#), que te permiten empezar a usar Stripe directamente desde tus herramientas de rogramación con IA como [Manus](#), [Base44](#), [Replit](#) y [Vercel](#). Cuando terminas con la v1 y tu producto está listo para su lanzamiento, ese entorno de prueba se convierte en una cuenta de Stripe activa y mantiene intacta su configuración. Ya se han generado más de 100.000 sandboxes con este método.

Además, seguimos optimizando Stripe Atlas —la forma más rápida y sencilla de constituir una empresa en EE. UU.—, que el año pasado registró un aumento del 41 % en la creación de sociedades. Las empresas creadas con Atlas generan ingresos más rápido: en 2025, el 20 % de las startups de Atlas recibió su primer pago en menos de 30 días; un salto considerable frente al 8 % de 2020.

Ante estos datos, cabe preguntarse si 2025 es una anomalía o el inicio de una nueva era. El tiempo lo dirá, pero creemos que esta aceleración es el punto de inflexión de una nueva oleada de emprendimiento y creatividad facilitada por los grandes modelos de lenguaje (LLM). Nuestra hoja de ruta es ambiciosa: Stripe será la mejor forma de lanzar un negocio en la era de la IA.

Globales por definición

La estrategia tradicional para «globalizarse» solía ser progresiva y secuencial: asentarse en el mercado local y expandirse al extranjero. Coca-Cola tardó 20 años en embotellar un refresco en Cuba; McDonald's y Starbucks esperaron 27 y 16 años, respectivamente, para servir a su primer cliente en Canadá.

Con la llegada de Internet, los servicios gratuitos empezaron a lanzarse a escala internacional, pero sus sistemas de monetización seguían yendo a remolque. Cuando Facebook pasó de ser una red universitaria a una plataforma pública en 2006, cualquiera podía registrarse, pero no todas las empresas podían anunciarse. El soporte para otras divisas no llegó hasta 2009, cinco años después de su nacimiento. Por su parte, [Google](#) aceptó su primer pago en GBP de un anunciante en el Reino Unido (una empresa que vendía langostas vivas a domicilio) en 2002, cuatro años después de lanzar su buscador a nivel mundial.

En los últimos años, el modelo de expansión «país por país» ha desaparecido casi por completo. El «mercado nacional» de esta nueva generación de negocios de Internet es... todo Internet. Hoy día, cualquier producto de IA que sea tendencia lo es en todo el mundo simultáneamente. [ChatGPT](#), [Claude](#), Replit, [Lovable](#), Base44, Vercel, [Cursor](#) o Midjourney, entre muchos otros, fueron negocios «globales por definición».

Y no hablamos solo de arañar unos ingresos extra en otros rincones del mundo; en muchos casos, esos «rincones» son una parte muy significativa del pastel. Entre los negocios que trabajan con Stripe y que tienen unos ingresos principalmente internacionales, el 30% de su facturación proviene de países que no son ni su mercado local ni una de las 10 principales economías mundiales.

Este cambio de paradigma es posible gracias a una infraestructura que hace que el cliente extranjero se sienta como en casa. El año pasado, logramos que miles de negocios pudiesen activar un *checkout* adaptado a más de 100 países de forma simultánea, con precios personalizados a la divisa local para mejorar la conversión, más de 120 métodos de pago y herramientas nativas que facilitan el cumplimiento normativo.

A veces, las mejoras en la infraestructura tardan décadas en dar sus frutos; otras veces, la demanda acumulada se revela de la noche a la mañana. [Gamma](#) es una plataforma de IA con sede en California que ya utilizan 70 millones de personas para crear presentaciones. Cuando Gamma se unió a la primera cohorte de empresas en Stripe que quiso aceptar pagos UPI en la India (un sistema local para pagos instantáneos), sus ingresos en el país aumentaron un 22% ese mismo mes.

Por muy irónico que parezca, las empresas tecnológicas que más trabas se han encontrado por culpa de las barreras de la geografía financiera han sido, precisamente, las *fintechs*. Doce años después del lanzamiento de Chime, sigue siendo imposible abrir una cuenta si no estás en EE. UU. Nubank, que lanzó su servicio en 2013, solo operó en Brasil durante los primeros seis años y, en los últimos seis, solo ha logrado expandirse a dos nuevos países. Y esas barreras también nos han afectado a nosotros: siete años después del lanzamiento de [Issuing](#), nuestro producto de emisión de tarjetas solo está disponible en 22 países. Sí, es un avance más rápido que el de la mayoría; pero no es tan rápido como nos gustaría.

Sin embargo, esa tendencia parece estar cambiando. La última hornada de *fintechs* (como Sling Money, DolarApp, [Félix](#) o KAST) está creando aplicaciones de finanzas que son globales desde el primer día. En Stripe nos hemos sumado a este movimiento con [Financial Accounts](#), que permite almacenar, enviar y recibir fondos internacionalmente de forma nativa y está disponible en más de 100 países desde su lanzamiento. Este progreso se debe en gran parte a las *stablecoins*, cuya naturaleza sin fronteras permite que las *fintechs* diseñen una infraestructura que funcione en cualquier lugar del mundo. Por primera vez en la historia, ofrecer servicios financieros «globales por definición» es una posibilidad real.

Progreso estable

Mientras el mercado de las criptomonedas trata de recuperarse de su último ciclo bajista (el [crypto winter](#)), las *stablecoins* han encontrado un oasis de crecimiento. Tras una década en la que las *stablecoins* imitaban los altibajos de otros criptoactivos, el año pasado vimos un claro cambio de rumbo. En 2025, el precio de Bitcoin cayó estrepitosamente (un 50% desde octubre), pero el volumen de pagos con *stablecoins* se duplicó hasta alcanzar los casi [400.000 M\\$](#), con un 60% de pagos B2B. [Bridge](#), la plataforma de orquestación de *stablecoins* que adquirimos recientemente, ha llegado a cuadruplicar su volumen. Los pagos con *stablecoins* avanzan sin hacer ruido —y con paso firme— al tiempo que crece su adopción en el mundo real.

El origen de este crecimiento está en las nuevas funcionalidades. Un fundador de Y Combinator ahora puede recibir financiación en *stablecoins*, mantenerlas en una cuenta financiera de Stripe y usarlas para pagar a sus ingenieros, dondequiera que estén. Las plataformas de SaaS también las usan para los pagos recurrentes, gracias a un nuevo [contrato inteligente](#) que evita la necesidad de que los propietarios de monederos firmen cada transacción. Además, las empresas que apuestan por las *stablecoins* para expandirse ahora pueden integrar monederos digitales fácilmente en sus productos. A través de Privy, empresas como Ramp y Deel pueden usar una misma API para ofrecer monederos, tanto en [modelos](#) con custodia como sin ella. De este modo, desarrollar productos cien por cien globales desde el primer minuto es, por fin, una realidad.

La interoperabilidad entre el mundo cripto y el dinero fiat también está mejorando rápidamente. En abril, Bridge se asoció con [Visa](#) para introducir tarjetas que permiten —tanto a empresas como a consumidores— gastar sus *stablecoins* como con cualquier otra tarjeta. El pago se deduce del saldo de *stablecoins* y se convierte automáticamente a la divisa local; la empresa recibe los fondos como cualquier otro pago, sin tener que preocuparse por los entresijos técnicos de las criptomonedas. [Phantom](#), uno de los monederos de criptomonedas más populares (con 20 millones de usuarios activos mensuales), ya está usando Bridge para poner estas tarjetas a disposición de sus clientes.

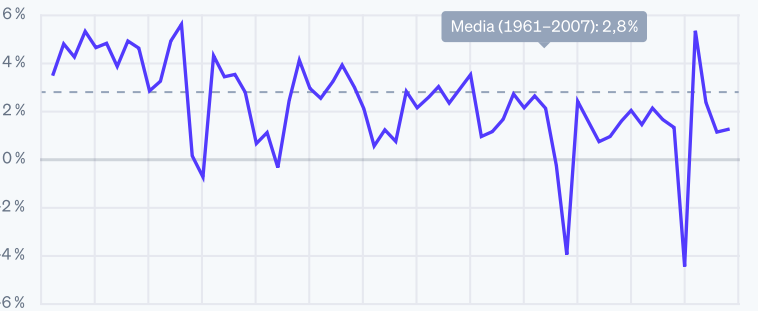
Mientras nos preparamos para un mundo que acepta las *stablecoins* abiertamente, el año pasado quisimos analizar al detalle las cadenas de bloques. Las *blockchains* de hoy se diseñaron para el *trading* y las finanzas descentralizadas (DeFi), y los atributos que realmente importan para los pagos (capacidad de procesamiento, fiabilidad, previsibilidad de los costes y privacidad) no han sido un foco de atención. La red Bitcoin, por ejemplo, no alcanza las 10 transacciones por segundo. El año pasado vimos cómo el frenesí por una *memecoin* retrasó las transferencias de un cliente de Bridge más de 12 horas y multiplicó por 35 el coste por transacción. Estos problemas operativos no harán sino intensificarse cuando el interés por este tipo de transacciones siga creciendo. Creemos que los agentes de IA pueden llegar a gestionar la mayoría de las transacciones *online* y, ese día, necesitaremos *blockchains* que admitan hasta mil millones de transacciones por segundo.

En septiembre, presentamos [Tempo](#), una *blockchain* diseñada específicamente para pagos, y desarrollada junto con Paradigm. Con Tempo, las empresas tienen acceso a canales de pago dedicados, finalidad de transacción en menos de un segundo, opciones de privacidad y compatibilidad con sistemas de cumplimiento de la normativa y contabilidad. Aunque estas funciones puedan sonar puramente operativas, son un pilar fundamental para cualquier infraestructura que aspire a sustentar la actividad económica del mundo real. Empresas como Visa, Nubank y Shopify ya están probando Tempo en algunos casos de uso, como pagos transfronterizos, finanzas integradas y remesas. [Klarna](#), cuyo CEO se declaró un escéptico del mundo de las criptomonedas, se convirtió en el primer banco en lanzar una *stablecoin* (KlarnaUSD) en la red de pruebas de Tempo, a través de [Open Issuance](#) de Bridge, para lograr unas liquidaciones transfronterizas más rápidas y económicas. Además, la arquitectura de Tempo es ideal para pagos agénticos y microtransacciones. El lanzamiento oficial de la red de Tempo es inminente y estamos deseando descubrir qué proyectos ponen en marcha las empresas más innovadoras.

Capital activo, economía en positivo

Desde 2008, el crecimiento del PIB per cápita en los países de la OCDE ha sido de un discreto 1,0%; una cifra que contrasta con el 2,8 % anual de media que se registró durante los 46 años anteriores (es decir, desde que tenemos datos). Aunque puede resultar tentador buscar explicaciones locales (como el envejecimiento de la población activa en Japón, el Brexit o el *mix* energético en Europa), todo apunta a que el mayor culpable es el tijeretazo que ha sufrido la disponibilidad de capital a nivel mundial.

El crecimiento del PIB en los países de la OCDE desde 2008: un modesto 1%

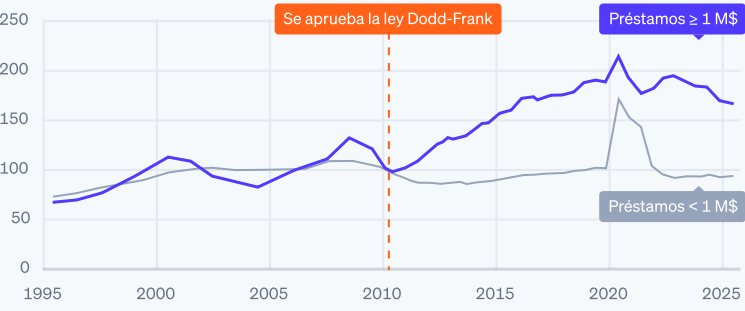


Fuente: OCDE, análisis de Stripe

De hecho, tras la crisis financiera mundial, la mayoría de los países de la OCDE endurecieron los requisitos de capital para la banca, lo que terminó dificultando el acceso a la financiación de las pequeñas empresas. Las reformas de Basilea III impusieron estándares más rigurosos a los grandes bancos de todo el mundo, con efectos colaterales evidentes: en Irlanda, los créditos a pequeñas empresas cayeron más del 66% entre 2011 y 2019; en el Reino Unido, esas ofertas de financiación se desplomaron en 2012 y no han logrado recuperarse desde entonces.

EE. UU. esquivó un poco mejor esa caída. Gracias a un acceso más sencillo a la financiación a través de entidades no bancarias, logró un crecimiento del PIB per cápita del 1,7% en los últimos 15 años. Aun así, la tendencia tras la entrada en vigor de la ley Dodd-Frank es idéntica: normativas bancarias más estrictas y más trabas para que las pymes consigan capital. Desde 2010, los préstamos superiores a 1 M\$ han aumentado un 68%, mientras que los préstamos de menos de 1 M\$ han disminuido un 5%. El año pasado, en EE. UU. solo se aprobó el 41% de las solicitudes de préstamos para pequeñas empresas; una caída importante respecto al 50% de 2015.

Los préstamos a empresas de EE. UU. por debajo de 1 M\$ han bajado un 5% desde 2010

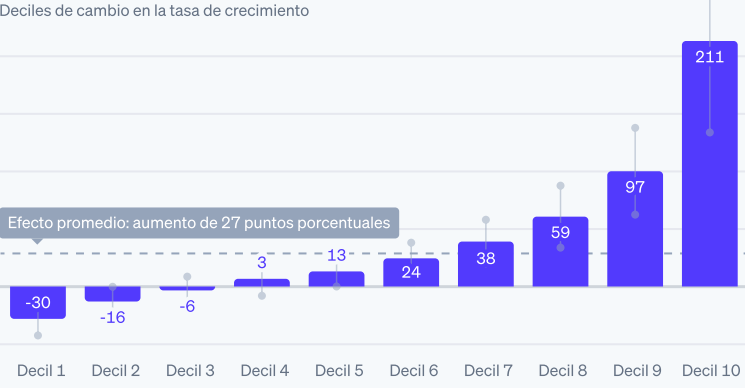


Fuente: Corporación Federal de Seguro de Depósitos (FDIC), Oficina de Análisis Económico de los EE. UU. (BEA), análisis de Stripe

Creamos [Stripe Capital](#) con el objetivo de ofrecer una solución a la escasez de capital —especialmente para las pequeñas empresas— que observamos en todo el mundo. Para quienes ya trabajan con Stripe, los datos de sus ingresos en tiempo real son el indicador perfecto para realizar un análisis de riesgo y concederles un crédito. Las empresas reembolsan el préstamo con un pequeño porcentaje de sus ventas; en la práctica, eso significa poder acceder hoy al capital de su futuro. En 2025, más de 81.000 empresas pudieron acceder a los fondos que necesitaban con Stripe Capital y el volumen de financiación creció un 45% interanual. Muchas de esas empresas accedieron a Capital a través de las plataformas de SaaS que utilizan en su día a día: como [GlossGenius](#) para salones de belleza, Tekmetric para mecánicos o Pixieset para fotógrafos.

En los últimos dos años, realizamos un [estudio](#) aleatorizado para entender mejor el impacto de Capital: cuando ayudamos a una empresa a coger impulso, ¿cómo de rápido puede crecer? El resultado fue asombroso. Las empresas que aceptaron ofertas de Capital crecieron 27 puntos porcentuales más rápido durante el año siguiente en comparación con otros negocios similares que no dieron el paso.

Las empresas con ofertas de Stripe Capital crecieron 27 puntos porcentuales más rápido



Fuente: datos de Stripe

Aunque ese promedio esconde una brecha considerable. El decil de empresas financiadas con mayor crecimiento creció más de 3 veces más rápido que otros negocios comparables; el siguiente decil creció casi 100 puntos más rápido. Veamos un ejemplo muy representativo: Xirsys es una empresa californiana de alojamiento de servidores que usó la financiación de Stripe Capital para instalar servidores adicionales en China, India y Japón. Gracias a ello, Xirsys consiguió duplicar sus ingresos. Lo más llamativo de todo es que hasta los negocios con un perfil crediticio más bajo lograron crecer entre 11 y 18 puntos porcentuales más rápido tras recibir financiación.

Es solo una hipótesis, pero nos planteamos si el acceso al capital pasará a ser un factor aún más decisivo en los resultados económicos de los próximos años, a medida que los avances en inteligencia artificial sigan aumentando el retorno de la inversión.

Cómo escapar del estancamiento de los ingresos

Para las empresas más consolidadas, es de sobra conocido que existen pocas palancas de crecimiento evidentes y que las más prometedoras también pueden fallar.

La publicidad es un buen ejemplo: en 2019, Gillette ganó un León de Plata en Cannes por su anuncio «The Best Men Can Be», pero ese mismo año P&G registró una depreciación de 8.000 M\$ porque la campaña no logró traducirse en ventas. Un caso más reciente es el de Indian Railways, que en 2025 [ganó](#) un Grand Prix y 6 Leones de Oro en Cannes gracias a una lotería diaria al más puro estilo Willy Wonka (cada día, el billete de tren agraciado se llevaba 10.000 rupias); sin embargo, la campaña [se canceló](#) tras 8 semanas porque «no hubo un aumento perceptible en la venta de billetes».

Precisamente por eso, tras 15 años en el sector, los pagos nos siguen apasionando de esta manera. A diferencia de otras vías de crecimiento más inciertas (o, incluso, especulativas), optimizar tu infraestructura de pagos es casi una garantía absoluta de generar ingresos extra y una de las estrategias con mejor ROI que existen.

Microsoft, por ejemplo, analiza cada mes el rendimiento de sus proveedores de pagos al detalle. Entre el 1 de junio y el 1 de octubre, Stripe consiguió un aumento significativo en las tasas de autorización para Microsoft combinando herramientas como Adaptive Acceptance, el actualizador de tarjetas y los tokens de red, entre otras. Gracias a ello, Microsoft procesa ahora un mayor volumen con nosotros.

[El aeropuerto de Gatwick](#) arrastraba un historial de pagos fallidos, disputas y quejas de los clientes con su anterior proveedor de servicios de pagos. Tras empezar a trabajar con Stripe, la tasa de aceptación de pagos aumentó en 2,5 puntos porcentuales. Tras una prueba A/B frente a su anterior proveedor de servicios de pagos, [FICO](#) mejoró sus tasas de autorización en un punto porcentual, mientras que la plataforma de telemedicina Ro ha logrado generar decenas de millones de dólares extra en el último año tras mejorar en un 2% su tasa de autorización y reducir las disputas en un 3%.

Hoy en día, la mayoría de las empresas operan en lo que llamamos «modo de bajos ingresos», con infraestructuras de pagos sin optimizar plagadas de fugas de ingresos: sus tasas de conversión, autorización y prevención del fraude están muy lejos de su potencial.

El «modo de altos ingresos», en cambio, ofrece un proceso de compra adaptado a cada cliente, con precios que se muestran en su divisa local y los métodos de pago más relevantes en cada caso (de entre los cientos que existen). Permitir que los clientes de Polonia paguen con BLIK mejora la conversión en el *checkout* en un 46%; en Brasil, aceptar pagos con Pix ofrece un aumento de la conversión del 31%. Todo esto es el fruto de una década invirtiendo en IA, materializada en nuestro [Payments Foundation Model](#) y nuestras herramientas con IA, como [Stripe Radar](#), el [paquete de optimización del checkout](#) y [Authorization Boost](#), que optimizan de forma invisible transacciones por valor de miles de millones de dólares cada día.

Pero el potencial de mejora sigue siendo inmenso. El año pasado, comenzamos a probar un nuevo método de autenticación que permite a los clientes acercar su tarjeta a su teléfono. Con ese pequeño contacto, podemos validar el chip NFC y demostrar que el titular tiene la tarjeta en la mano. DoorDash, uno de nuestros socios en esta prueba, ha logrado un aumento significativo de la tasa de conversión y ha reducido los contracargos en comparación con otros controles antifraude. Asimismo, hemos reforzado Radar con modelos capaces de detectar nuevas amenazas derivadas del *boom* de la IA, como el robo de inferencia mediante el uso fraudulento de períodos de prueba o mecanismos similares.

Un mensaje para los CEO: lanzar campañas publicitarias creativas es divertido, pero no paséis por alto el potencial de crecimiento que ya tenéis en casa. Es muy probable que vuestros responsables de pagos merezcan más reconocimiento. Quizá sea el momento de organizarles una gala de premios en la Costa Azul... o, si prefieren el encanto de la niebla matinal, están invitadísimos a pasarse por San Francisco [este abril](#).

Los cinco niveles del comercio agéntico

Últimamente, gran parte del interés por la IA gira en torno al uso de herramientas: modelos que no solo procesan los datos de su *corpus* de entrenamiento, sino que son capaces de buscar por Internet, usar un navegador, ejecutar código o realizar acciones en el mundo digital. Para nosotros, la aplicación más relevante de esta tecnología es el comercio agéntico: la posibilidad de que la IA realice compras por ti.

Como sucede a menudo en este sector, el comercio agéntico ha padecido un exceso de expectativas prematuras en algunos círculos. Se suele proyectar una visión utópica en la que agentes autónomos gestionan todas tus compras anticipándose a tus deseos. Nosotros preferimos aterrizar esta visión y desglosar el comercio agéntico en bloques más manejables:

Nivel 1: Eliminar los formularios web

Tú investigas y decides qué comprar, pero nadie quiere perder el tiempo rellenando formularios. Lo ideal sería enviar la URL a tu agente de IA para que complete los datos de pago y envío, y solo te pida la confirmación final.

El sistema no decide por ti, solo teclea y pulsa el botón de compra en tu lugar.

Nivel 2: Búsqueda descriptiva

Dejas de buscar productos o atributos específicos y empiezas a describir situaciones.

Necesito material para la vuelta al cole de mi hijo. Va a empezar tercero de primaria en Chicago, tenemos que comprar ropa nueva (no le gusta que el jersey pique), lápices, libretas y una fiambra. Le encanta el tenis y KPop Demon Hunters. El colegio empieza a finales de agosto.

El sistema razona sobre el clima, los materiales, las tallas, la durabilidad, los gustos, las reseñas y los plazos de entrega. Encontrar productos específicos (*long tail*) resulta mucho más fácil. Las búsquedas limitadas a palabras clave pasan a la historia.

Nivel 3: Persistencia

Ya no hace falta que te presentes cada vez. Ahora la conversación puede ser más simple:

Bobby necesita un chándal para el próximo curso.

El sistema ya conoce tus preferencias y recuerda tus requisitos, porque conoce tus compras y las conversaciones anteriores. Tú sigues teniendo la última palabra, pero ahora eliges entre una selección mucho más adaptada a tus gustos y tu presupuesto.

Nivel 4: Delegar la decisión

Aquí dejas de elegir y pasas a supervisar.

Compra el material para el próximo curso. No te gastes más de 400 \$.

El sistema se encarga de la búsqueda, el proceso de evaluación y las compras en tu nombre. Confías en que sopesará las ventajas y desventajas como lo harías tú y elegirá cosas que le gustarán a tu hijo. Todo lo que haces es determinar el presupuesto. (Esto es lo que la mayoría de la gente entiende como «comercio agéntico» a día de hoy).

Nivel 5: Anticipación

Desaparece el *prompt*.

El sistema conoce el calendario escolar, las preferencias de tu hijo y tu presupuesto. Ahora solo recibes un aviso: «Aquí tienes la factura de la compra para la vuelta al cole. Estará todo en casa en tres días». Es la visión más futurista, en la que las cosas que necesitas aparecen justo antes de que te hagan falta, sin tener que pedir las.

A día de hoy, el sector está en algún punto entre los niveles 1 y 2.

Es una situación que nos recuerda a aquellos años de mediados de los 90, cuando se sentaron las bases del Internet que utilizamos en la actualidad. Netscape desarrollaba navegadores web gráficos, HTTP y HTML se convertían en la capa de aplicación compartida, y las URL y los DNS cobraban cada vez más protagonismo. Por aquel entonces, nadie sabía a ciencia cierta qué protocolos o qué empresas acabarían imponiéndose. Por cada Google, había un AltaVista.

Vivimos un punto de inflexión similar con el comercio agéntico: un avance con potencial para marcar a toda una generación. Pero, al igual que ocurrió con los inicios de Internet, su éxito pasa por lograr una interoperabilidad total. Escalar esos cinco niveles de madurez tecnológica depende, ante todo, de nuestra capacidad de remar en una misma dirección.

En Stripe, ya nos hemos puesto manos a la obra. Estos son algunos hitos del último año:

- Junto a OpenAI, desarrollamos el [Agentic Commerce Protocol \(ACP\)](#) para definir un lenguaje técnico que puedan compartir las empresas y las plataformas de IA. El ACP es un estándar abierto que funciona con distintos proveedores de servicios de pagos y plataformas de IA.
- Introdujimos los [tokens de pago compartidos \(SPT\)](#), una nueva primitiva de pagos que permite a los agentes iniciar pagos sin exponer credenciales. Incluso las empresas que no procesan pagos con Stripe pueden reenviar estos tokens a sus propias bóvedas de seguridad o a otros procesadores como credenciales seguras.
- Lanzamos nuestra [Agentic Commerce Suite](#), que ofrece herramientas para que las empresas puedan vender a través de distintas interfaces y protocolos de IA (como el ACP y el Universal Commerce Protocol que Google [presentó](#) el mes pasado) con una sola integración. El *checkout*, los pagos y la protección antifraude siguen funcionando como siempre en una capa invisible. Anthropologie, Urban Outfitters, Etsy, Coach y Kate Spade son algunas de las marcas que ya están usando nuestra Agentic Commerce Suite.
- Hemos hecho realidad los [pagos entre máquinas](#): ahora los desarrolladores pueden facturar a los agentes sus llamadas a la API, las peticiones HTTP o el consumo de MCP mediante micropagos rápidos con *stablecoins*. Los agentes autónomos pasan de ser herramientas a un nuevo tipo de cliente.
- Nos asociamos con [OpenAI](#) para integrar las primeras experiencias de compra en ChatGPT. También estamos colaborando con [Microsoft](#) para ofrecer funciones similares en Copilot.

Resulta imposible predecir exactamente dónde estará el comercio agéntico a finales de 2026, pero es evidente que ya hemos dejado atrás la fase del *hype* vacío para adentrarnos de lleno en el desarrollo y la experimentación en entornos reales. A partir de aquí, la aceleración será constante.

Si todo sale según lo previsto, estas hadas virtuales que pueden ejecutar tareas en nuestro nombre dejarán de vivir aisladas en ecosistemas cerrados y empezarán a recorrer las grandes autopistas de los protocolos abiertos.

La República de los Permisos

Los emprendedores e innovadores de hoy día disponen de unas herramientas y un alcance que las generaciones anteriores no podrían haber imaginado. Ojalá muy pronto veamos cómo esa combinación explosiva de ingenio humano empiece a dar sus frutos en forma de mayor productividad y una mejora del nivel de vida en todo el planeta.

El año pasado, Joel Mokyr fue galardonado con el Premio Nobel de Economía. Mokyr es conocido por darle a la cultura tanta o más importancia que a los factores económicos tradicionales (capital, trabajo y tecnología). Los industriales del siglo XVIII tenían mucho más que carbón o ventajas geográficas: tenían una nueva cultura; una «mentalidad de mejora» que veía el *statu quo* como imperfecto y corregible.

En *The Political Economy of Technological Change*, Mokyr también [observó](#) que, históricamente, muchas tecnologías revolucionarias se han quedado por el camino a pesar de su innegable superioridad económica. Sus argumentos tienen mucho sentido: la toma de decisiones tecnológicas no solo implica a proveedores y clientes, sino a una amplia variedad de «agregadores» ajenos al mercado (reguladores, comités, tribunales) que actúan como árbitros de lo que se permite.

A medida que la IA e Internet sigan expandiendo las barreras de lo que es posible, los obstáculos artificiales para la innovación saldrán cada vez más caros. La actual fragmentación de nuestra economía demuestra que el crecimiento es fruto de aplicar el conocimiento de forma útil, y no una consecuencia inevitable de que dicho conocimiento exista de forma abstracta.

La IA tiene el potencial de revolucionar el desarrollo de fármacos... pero eso solo se hará realidad si agilizamos y abaratamos los procesos regulatorios y los ensayos clínicos. En Europa, el emprendimiento podría reactivar economías debilitadas... pero solo si se alivian cargas normativas tan bienintencionadas como contraproducentes (véase la Ley de IA de la UE). El futuro de la energía nuclear podría marcar el comienzo de la abundancia energética... pero solo si revisamos unos regímenes regulatorios anclados en la cultura del veto. El transporte y la logística autónomos —desde el transporte por carretera de larga distancia hasta los drones— podrían reducir drásticamente el coste de los bienes físicos... siempre y cuando no permitamos que un laberinto de normativas locales acabe bloqueando el camino.

Mokyr escribió sobre la importancia de la República de las Letras como catalizadora de la revolución industrial. Hoy, vivimos en una República de los Permisos: un filtro inescrutable de agregadores ajenos al mercado. Aunque muchas reglas nacen con una intención muy honesta, debemos encontrar el punto de equilibrio entre el control y las posibilidades que estamos sacrificando.

Tenemos la suerte de trabajar con empresas que demuestran lo que es posible cuando rendirse no es una opción. Mistral AI y Bending Spoons están demostrando que el talento europeo de clase mundial puede romper el *permafrost* regulatorio; Zipline y Varda están ganándose a pulso los permisos para su nuevo y sofisticado hardware; Spring Health y Maven Clinic están tejiendo una nueva capa de software para la sanidad moderna.

Seguimos creyendo tanto en la importancia de las ideas para impulsar el progreso económico como en que muchas de las mejores ideas están infravaloradas. El catálogo de [Stripe Press](#) da voz a muchas de las personas, historias y modelos que creemos que pueden contribuir al próximo conjunto de mejoras. ¡Ya hemos superado el millón de libros vendidos! [Works in Progress](#), nuestra revista sobre ideas infravaloradas para mejorar el mundo, también ha lanzado recientemente su versión en papel. Consigue tu copia en worksinprogress.co/print. La recomendamos encarecidamente.

Hemos dedicado gran parte de esta carta a los avances en IA, porque su ritmo de innovación a veces puede parecer difícil de seguir. El salto cualitativo entre los productos que acaban de salir al mercado y lo que considerábamos de vanguardia el año pasado es espectacular.

Es algo que nos recuerda a lo que ocurre al caer en un agujero negro. Si alguna vez tuvieras la mala suerte de experimentarlo, la verdad es que no sentirías nada especial en el momento exacto de cruzar el horizonte de sucesos: el trayecto en sí es suave, a pesar de que el abanico de futuros posibles cambie de forma irreversible al cruzar ese umbral.

Escribimos esta carta en lo que muy bien podría ser la antesala de una singularidad distinta y, crucemos los dedos, mucho más positiva. Aunque al mirar a nuestro alrededor en 2026 casi todo nos parezca igual que hace unos años, salta a la vista que la próxima década no se parecerá en nada a las que acabamos de dejar atrás.

Nos apasiona ver cómo el empuje de los emprendedores y la madurez de las culturas pueden forjar sociedades más prósperas, y aspiramos a que Stripe pueda aportar su granito de arena en ese proceso. Si tú también estás impulsando la economía (emprendiendo, dirigiendo equipos o desarrollando infraestructuras financieras), nos encantaría que nos acompañaras en [Stripe Sessions](#) en abril. Como de costumbre, tendremos muchísimo de qué hablar.

Hasta el año que viene,

Patrick y John