FAST
FORWARD
XPERIENCE

web summit
LISBON

Imagem: transmissão do Web Summit 2026

Centre Stage · 09 nov 2026 · 18:55, Lisboa

SE O SEU CONCORRENTE COPIASSE O SEU PRODUTO AMANHÃ, O QUE ELE NÃO CONSEGUIRIA LEVAR JUNTO?

Robôs já geram mais tráfego que pessoas nos sites medidos pela Cloudflare; ganhar a compra que o cliente delega a um agente e manter a preferência desse cliente são duas disputas diferentes.

COM A VISÃO DE NATÁLIA SCHIFINO E GUGA SCHIFINO, CURADORES DA FFX

Futuro do Trabalho · Lovable · Recursive **4 min de leitura**

O frango custa um pouco mais, mas o freguês volta porque o balconista o chama pelo nome.

Na delicatessen que Matthew Prince descreveu no palco, isso basta para ganhar a venda. Se o freguês mandar um agente de IA fazer a compra, a conta muda: o programa tem tempo e paciência de sobra para comparar ofertas e não sente falta de ser chamado pelo nome.

Natália Schifino
Curadora da FFX

Opinião de Natália

Vejo mais futuro nas marcas que criam junto com os clientes. Quando essas pessoas também encontram valor umas nas outras, a comunidade protege a marca de uma ameaça concreta: o concorrente que chega amanhã com um

produto igual.

Guga Schifino
Curador da FFX

Opinião de Guga

Se os robôs passarem a ser a grande maioria entre quem compra da empresa, quem trabalha nela e até quem ataca seus sistemas, vamos lidar com decisões tomadas só pela lógica, sem emoção e com tempo e paciência ilimitados para comparar. Acho muito razoável supor que nenhuma empresa esteja preparada para essa mudança.

No programa
The future of AI

Matthew Prince **Cloudflare**
Co-founder & CEO

Anton Osika **Lovable**
Co-founder & CEO

Richard Socher **Recursive & You.com**
Co-founder & CEO

Arjun Kharpal **CNBC**
Senior Technology Correspondent

CLOUDFLARE, LOVABLE E RECURSIVE

Cloudflare: rede que protege e acelera sites e agora identifica e cobra bots e agentes de IA. Lovable: plataforma que gera software a partir de texto, para quem não programa. Recursive: desenvolve IA que ajuda a construir IA melhor; Socher também comanda a You.com, que fornece busca na web a agentes.

Cloudflare: receita de **US$ 782,5** milhões (cerca de R$ 4,42 bilhões) no 3º trimestre de 2026, alta de 39% em um ano (Cloudflare, 5/11/2026)

Cloudflare: **57,4%** das requisições a sites da amostra eram automatizadas (NBC News, jun/2026)

Lovable: citada por Prince entre as ferramentas que fizeram a web voltar a crescer desde julho de 2025, no ritmo mais alto desde o começo dos anos 2000 (Matthew Prince, no palco)

A Cloudflare, que protege e acelera sites, esperava que o tráfego automatizado superasse o humano no primeiro semestre de 2027. Nos sites que a empresa acompanha, Prince situa a virada em maio de 2026. A medição conta acessos, não compras. Mas, se cada pessoa passar a ter vários agentes trabalhando por ela o dia inteiro, Prince prevê que, em cerca de cinco anos, o tráfego automatizado poderá chegar a mil vezes o humano.

Quando Arjun Kharpal, da CNBC, perguntou o que muda para uma loja visitada por agentes, Anton Osika, da Lovable, foi o único a dizer que não muda tanto: a pessoa ainda escolhe que marcas quer apoiar, e a história da marca conta nessa escolha. Prince lembrou de quando a Cloudflare tinha seis pessoas e pedia aos primeiros clientes que confiassem àquela pequena equipe todo o tráfego de seus sites. Foi o apelo humano do pedido, diz ele, que os convenceu. O agente não se deixa levar por esse apelo, e quem está começando perde o voto de confiança. Por isso Prince prevê mais consolidação entre as empresas estabelecidas e menos escolha para o consumidor.

Para quem quer abrir um negócio, a IA já facilita uma parte do trabalho. A Lovable permite criar aplicativos descrevendo em texto o que eles devem fazer. Entre os empreendedores que contaram a Osika ter aberto uma empresa com a ferramenta, ele citou Rafael, cliente da Lovable no Brasil, que começou sem formação técnica. Segundo Osika, **a empresa de Rafael está a caminho de US$ 20 milhões (cerca de R$ 113 milhões) de receita**.

Os robôs passaram as pessoas antes do previsto

Maio de 2026	O tráfego automatizado passa o humano nos sites medidos pela Cloudflare
1º semestre de 2027	Quando a Cloudflare esperava que a virada acontecesse
Em cerca de cinco anos	Previsão de Prince: tráfego automatizado chegando a mil vezes o humano

Richard Socher, da Recursive e da You.com, mostrou o limite dessa facilidade. Dá para reproduzir o aplicativo do Instagram e convidar cinco amigos, disse ele; não dá para trazer um bilhão de pessoas junto com o código. Em setembro de 2025, a rede já tinha 3 bilhões de usuários ativos por mês (TechCrunch, 2025). Eles não estão ali só para assistir: a foto que um publica dá a outro motivo para entrar, responder e voltar para a conversa. **Quem instala uma cópia encontra os mesmos botões, mas não encontra ali os amigos nem o que fizeram juntos.** Para Socher, a mesma lógica protege os marketplaces de parte da concorrência dos aplicativos feitos com IA: compradores atraem vendedores e vice-versa.

Para Guga Schifino, curador da FFX, não há dúvida: as pessoas avançaram muito mais rápido que as empresas. No Brasil, só 12% dos consumidores ouvidos pela PYMNTS e pela Visa disseram que nunca deixariam um agente fazer um pedido por conta própria, contra 31% nos Estados Unidos. Do lado de quem vende, **só 21% dos lojistas brasileiros sabem identificar uma venda que começou numa plataforma de IA** (PYMNTS e Visa, 2026).

Imagem: transmissão do Web Summit 2026

> **OS HUMANOS VÃO SER UM ERRO DE ARREDONDAMENTO NA INTERNET. CADA VEZ MAIS, VAMOS DESENHAR A REDE PARA ATENDER OS AGENTES QUE NOS ATENDEM.**
>
> **Matthew Prince**, Co-founder & CEO da Cloudflare

Ganhar o pedido do agente não significa ganhar a preferência do cliente. São duas disputas: o consumidor pode delegar a escolha da loja, mas o vínculo com a marca se mantém nas relações que os clientes constroem com ela e entre si.

No caixa, os dois pedidos parecem iguais

Pedido pela rede	Pedido pelo menor preço
A ordem ao agente Comprar o tênis naquela rede	**A ordem ao agente** Achar um tênis pelo menor preço
A escolha A rede já estava escolhida antes de a comparação começar	**A escolha** A rede entra na comparação com as outras ofertas

Para uma rede de calçados, vale distinguir dois pedidos que no caixa parecem iguais. Num deles, a pessoa manda o agente achar um tênis pelo menor preço. No outro, pede que ele compre o tênis naquela rede. A rede pode vender o mesmo par pelo mesmo preço nos dois casos. Só no segundo ela já estava escolhida antes de a comparação começar.

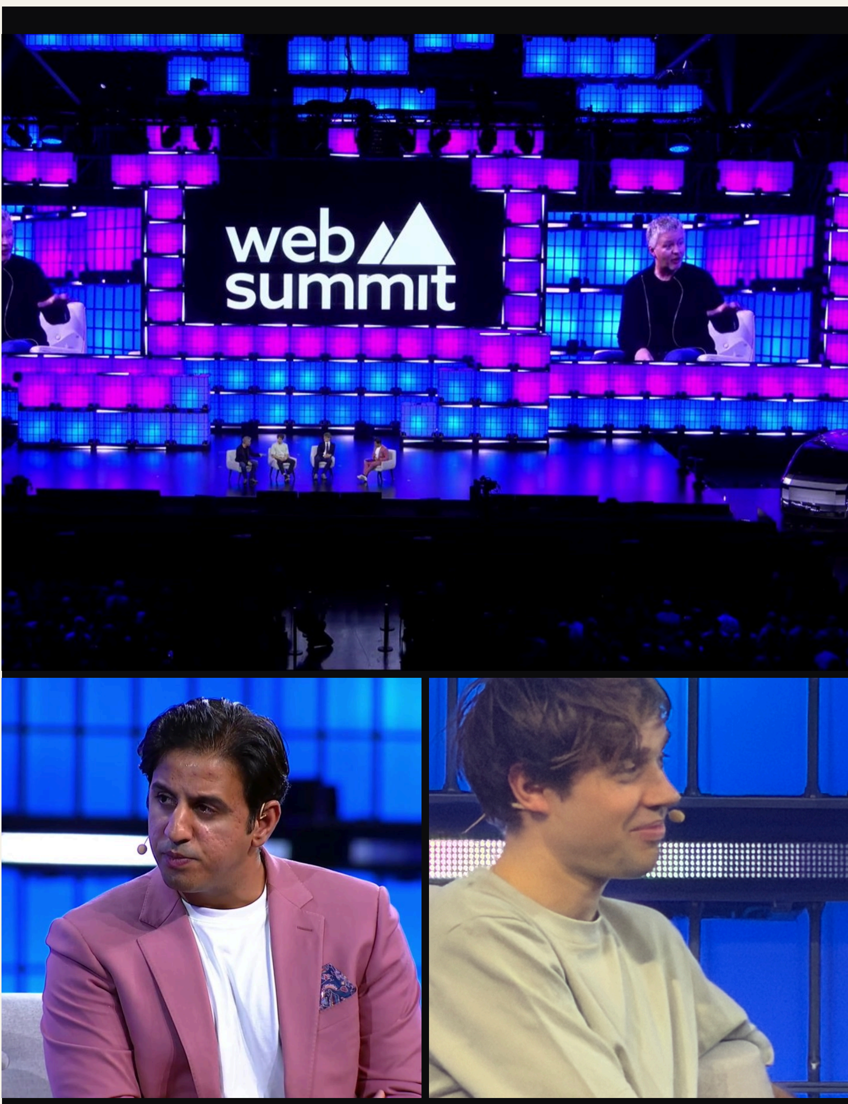

Imagem: transmissão do Web Summit 2026

LEITURA FFX

Quanto mais compras o cliente delega a um agente, mais a empresa depende do vínculo com esse cliente para durar.

O varejo espera essa mudança, mas mal começou a se preparar. No índice da PYMNTS com a Visa, 74% dos estabelecimentos ouvidos esperam que agentes respondam por pelo menos 5% das vendas digitais em dois anos (Mundo do Marketing, 2026). No Brasil, só 15% dos lojistas têm informações de produto que esses programas conseguem ler (PYMNTS, 2026).

Organizar o catálogo ajuda a disputar o próximo pedido. Para saber se a marca vai fazer falta quando houver outra igual, a empresa precisa também de métricas emocionais de vínculo: o orgulho de usar a marca e o sentimento de fazer parte da comunidade, por exemplo.

O caixa não mede nenhum dos dois.

PROVOCAÇÃO FFX

SUA EMPRESA AINDA VENDE COMO SE SÓ GENTE COMPRASSE?

EM 30 SEGUNDOS

Robôs já geram mais tráfego que pessoas na amostra da Cloudflare, e Prince vê vantagem para as empresas estabelecidas quando o agente escolhe onde comprar.

Osika, da Lovable, foi o único a dizer que pouco muda, porque a história da marca continua pesando na escolha. - Com a IA, o concorrente pode copiar um aplicativo, mas não leva as pessoas que o tornam útil umas para as outras. - Ganhar o pedido do agente e manter o vínculo do cliente são duas disputas diferentes.

No Brasil, poucos consumidores se recusam a deixar um agente comprar por eles, e poucos lojistas sabem identificar essas vendas. Para Guga, as pessoas avançaram muito mais rápido que as empresas.

FALAS MARCADAS PELA CURADORIA FFX

"Enquanto cada pessoa nesta sala não tiver de cinco a oito agentes rodando o tempo todo para ajudar em todos os aspectos da vida, não construímos infraestrutura demais."

Matthew Prince

"Se você é empreendedor, ama a IA, porque ela te deixa mais produtivo. Se você ganha por hora e não tem participação no que faz, provavelmente vai detestar a IA no longo prazo."

Matthew Prince

"A partir de julho de 2025 a web voltou a crescer, e hoje cresce num ritmo que não víamos desde o começo dos anos 2000."

Matthew Prince

"O futuro para o qual me preparo não tem cinco empresas de IA. Tem 500 mil."

Matthew Prince

RESSALVAS E OUTROS ÂNGULOS

CONTRAPONTO

Nos sites de varejo dos Estados Unidos medidos pela Adobe em setembro de 2026, as visitas vindas de IA tiveram taxa de conversão 90% maior e geraram 83% mais receita por visita que as de outras origens (Adobe, 2026). Ser indicado pelo agente pode, portanto, render mais já na venda de hoje. O dado não mede preferência pela marca.

Fontes

1. Lovable: Lovable: anúncio da Série C
2. Mundo do Marketing: 74% do varejo espera vendas mediadas por agentes de IA nos próximos 2 anos
3. PYMNTS: AI Moves Into Brazil's Everyday Shopping Journey
4. TechCrunch: Instagram now has 3 billion monthly active users
5. Adobe: AI traffic drives higher revenue per visit