FAST
FORWARD
XPERIENCE

web
summit
LISBON

Imagem: transmissão do Web Summit 2026

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

O QUE OCORRE QUANDO O CLIENTE NÃO TEM APELO EMOCIONAL E TEMPO INFINITO?

A maior parte do tráfego da internet já vem de agentes de IA. Eles escolhem pela lógica, não pelo afeto que fazia o cliente voltar à loja.

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

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

A Cloudflare é a rede que fica entre os sites e quem os visita e consegue identificar, bloquear e cobrar agentes de IA. A Lovable cria aplicativos e sites a partir de texto, para quem não programa. A Recursive quer uma IA que faça a pesquisa que melhora a própria IA, e Socher também comanda a You.com, que fornece busca 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

Lovable: **US$ 500** milhões (cerca de R$ 2,82 bilhões) de receita anualizada em junho de 2026

Recursive: **US$ 650** milhões (cerca de R$ 3,67 bilhões) levantados em maio de 2026, com menos de 30 funcionários e sem produto lançado

Comércio · Varejo **4 min de leitura**

Por que alguém compra do pequeno comércio?

Matthew Prince, da Cloudflare, respondeu no palco com duas imagens. A primeira é a lavanderia no caminho de casa. A segunda é o balconista da delicatessen que lembra o seu nome. Por isso o cliente volta, mesmo pagando um pouco mais pelo frango. Uma é conveniência, a outra é afeto. O cliente que chega agora não liga para nenhuma das duas. É um agente de IA, que compra em nome de alguém e, nas palavras de Prince, tem "tempo infinito e paciência infinita para descobrir qual é a melhor decisão, e não necessariamente a decisão emocional".

Guga Schifino
Curador da FFX

Opinião de Guga

Para Guga, a mudança já está em curso: clientes, colaboradores e até atacantes passam a ser máquinas, sem emoção, totalmente lógicas e racionais, com tempo e paciência ilimitados. Se a grande maioria deles deixa de ser humana, ele considera muito razoável supor que nenhuma empresa esteja preparada para esse novo mundo.

Natália Schifino
Curadora da FFX

Opinião de Natália

Natália parte da facilidade de criar e copiar software para chegar ao ativo que sobra: as tecnologias mais valiosas são feitas por uma comunidade. A marca que cria a própria rede, colabora com ela e constrói uma base sólida para o futuro

fica protegida das disrupções de produto.

O tráfego de robôs já é maioria na internet, e chegou antes da hora. A Cloudflare previa que o tráfego automatizado passaria o humano no primeiro semestre de 2027. A virada veio em maio de 2026. Prince agora projeta que, em cerca de cinco anos, os agentes vão gerar mil vezes o tráfego das pessoas, e diz que apostaria em menos tempo. Guga Schifino, curador da FFX, anotou na sala: "Definitivamente, as pessoas avançaram muito mais rápido que as empresas".

O palco se dividiu sobre o que isso significa para quem vende. Anton Osika, da Lovable, acha que muda pouco. O agente será mais racional, mas boa parte do gasto continuará guiada pelo que as pessoas valorizam, e a história por trás do produto seguirá pesando. Prince discorda e usa a própria trajetória como argumento. A Cloudflare começou com seis pessoas pedindo a clientes que passassem todo o tráfego por elas, e só conseguiu porque os conquistou "num nível muito humano". **Um agente racional não daria essa chance a seis desconhecidos.** Sem espaço para novatos, Prince prevê mais consolidação nas empresas estabelecidas e menos escolha para o consumidor. Com Prince, Richard Socher e as anotações dos curadores da FFX do outro lado, Osika ficou sozinho nessa.

GEEKWIRE
CLOUDTECH
SUMMIT
salesforce

Matthew Prince, cofundador e CEO da Cloudflare, fala no GeekWire Cloud Tech Summit, em 2018. Foto: GeekWire

A segunda mudança chega junto com a primeira: fazer software deixou de ser barreira. Segundo Prince, a web encolheu de 2012 a meados de 2025, com mais sites morrendo do que nascendo. Desde julho de 2025 ela voltou a crescer, no ritmo mais alto desde o começo dos anos 2000. Osika levou um exemplo brasileiro: Rafael, cliente da Lovable sem formação técnica, partiu do zero e está chegando a US$ 20 milhões (cerca de R$ 113 milhões) de receita. O faturamento é dele, não da Lovable. Osika não disse o sobrenome, mas o anúncio da última rodada da Lovable destaca a brasileira Viver de IA, de Rafael Milagre, a caminho de R$ 100 milhões neste ano (Lovable, 2026). **Se**

qualquer um tira um negócio do papel, o concorrente também copia o seu produto.

Imagem: transmissão do Web Summit 2026

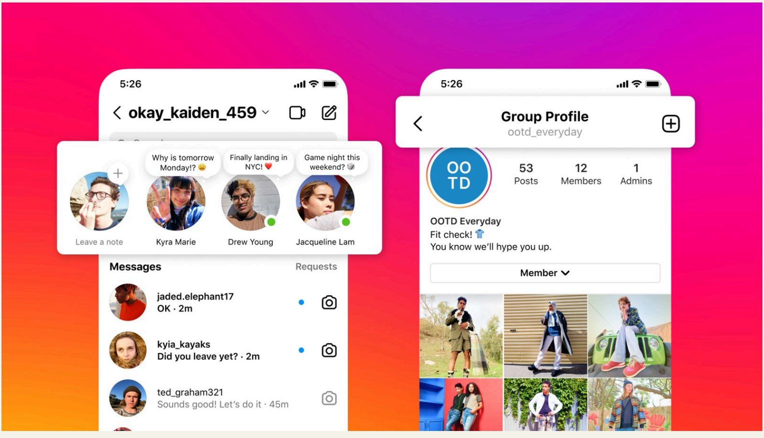
O FUTURO PARA O QUAL ME PREPARO NÃO TEM CINCO EMPRESAS DE IA. TEM 500 MIL.

Matthew Prince, Co-founder & CEO da Cloudflare

O que resiste à cópia é a rede. Richard Socher, da Recursive e da You.com, deu o exemplo do Instagram. Dá para refazê-lo com vibe coding, o jeito de criar software descrevendo para a IA o que se quer. Só que aí o aplicativo tem você e seus cinco amigos, e não um bilhão de pessoas. **O código se copia da noite para o dia. O efeito de rede, não.** Cada pessoa que entra traz outras e deixa o produto mais valioso para quem já está lá. Assim se forma uma comunidade que cada um ajuda a construir, e não apenas uma audiência ou uma clientela. Por isso, disse Socher, marketplaces e redes escapam de parte da disrupção da IA no software. Foi o ponto que mais chamou a atenção de Natália Schifino, curadora da FFX.

Os robôs passaram as pessoas antes do previsto

Maio de 2026	O tráfego de robôs passa o humano na internet
1º semestre de 2027	Quando a Cloudflare previa a virada
Em cerca de cinco anos	Agentes com mil vezes o tráfego das pessoas, na projeção de Prince



Why is tomorrow Monday!? 😩

Finally landing in NYC! ❤️

Game night this weekend? 🎲

jaded.elephant17
OK · 2m

kyia_kayaks
Did you leave yet? · 2m

ted_graham321
Sounds good! Let's do it · 45m

OOTD Everyday
Fit check! 👕
You know we'll hype you up.

Telas do Instagram no celular com mensagens diretas, Notas de amigos e perfil de um grupo, em imagem de divulgação. Foto: Meta Newsroom

Muita gente lê as duas mudanças como uma só, mas elas abrem disputas diferentes. Uma é pela escolha da compra, que fica cada vez mais nas mãos do agente. A outra é pelo vínculo, que só se mantém numa rede de pessoas. Para a empresa grande, seria cômodo concluir que basta ser escolhida pelo agente. **Só que o agente escolhe pelos critérios dele, e eles podem mudar sem aviso.** O vínculo com as pessoas não depende deles.

O código se copia, a rede se realimenta

1 **Uma pessoa entra**

2 **Traz outras**

3 **Vale mais para quem já está**
O produto fica mais valioso

4 **A comunidade cresce**
Cada um ajuda a construir

↺ VOLTA AO COMEÇO

LEITURA FFX

Quanto mais o cliente vira máquina, mais a empresa depende da conexão com gente.

O consumidor brasileiro já foi na frente: mais da metade dos compradores online usou IA na última compra, mas só 21% dos lojistas sabem dizer quando uma venda veio dela (PYMNTS, 2026). O varejo daqui ainda não se preparou para uma transformação desse tamanho. A Track&Field dá uma pista do que preparar.

O TFSports, aplicativo de eventos esportivos da marca, chegou a 1,2 milhão de usuários registrados. Os eventos de 2025 tiveram mais de 520 mil inscritos, num ano em que a empresa atingiu R$ 1 bilhão de receita líquida (Máquina do Esporte, 2026). Um agente acha a mesma camiseta mais barata em outro site, mas não leva junto a turma que corre com a marca.

Por isso, a empresa precisa acompanhar também métricas de vínculo emocional, e não só o quanto aparece na vitrine do robô.

PROVOCAÇÃO FFX

QUANTOS DOS SEUS CLIENTES VOLTARIAM A PROCURAR A SUA MARCA POR CONTA PRÓPRIA NO DIA EM QUE O AGENTE DELES ESCOLHESSE OUTRA LOJA?

EM 30 SEGUNDOS

O cliente que mais cresce é um agente de IA. Ele escolhe pela lógica, sem afeto, e com isso empurra o mercado para a concentração nas empresas já estabelecidas.

Ao mesmo tempo, com a IA ficou fácil copiar produto e software. O que o concorrente não leva é a rede de pessoas que se forma em volta da marca.

São duas disputas diferentes: uma pela escolha da compra, outra pelo vínculo. O consumidor já foi na frente, e o varejo brasileiro ainda não se preparou para nenhuma das duas.

maio de 2026

Mês em que o tráfego de robôs passou o de pessoas na internet, segundo a Cloudflare, que esperava a virada só em 2027

Números do palco

1.000 vezes

Quanto o tráfego de agentes de IA deve superar o humano em cerca de cinco anos, na projeção de Matthew Prince, da Cloudflare

21%

Lojistas brasileiros que sabem dizer quando uma venda veio de uma plataforma de IA (PYMNTS, 2026)

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

“Rafael começou no Brasil, sem formação técnica, e está chegando a US$ 20 milhões (cerca de R$ 113 milhões) de receita partindo do zero.”

Anton Osika

“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

Fontes

1. Lovable: Lovable: anúncio da Série C
2. PYMNTS: AI Moves Into Brazil's Everyday Shopping Journey
3. Máquina do Esporte: Track&Field bate bilhão enquanto avança como ecossistema de serviços para esporte e bem-estar
4. Cloudflare: Cloudflare announces third quarter 2026 financial results
5. TechCrunch: Lovable confirms new 13.3B valuation, raises another 400M
6. The Next Web: Recursive Superintelligence raises 650M

FAST
FORWARD
XPERIENCE

FFX LIVE
WEB SUMMIT LISBOA 2026