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?

A maior parte do tráfego da internet já vem de robôs, e quem compra pelo cliente passa a ser um agente de IA, que não tem afeto por ninguém. Se o produto ficou fácil de copiar, o que continua sendo da marca é a rede de pessoas que ela reúne.

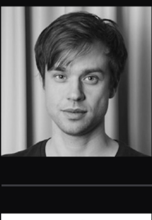
COM A VISÃO DE NATÁLIA SCHIFINO E GUGA SCHIFINO, CURADORES DA FFX

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

Cloudflare: rede que protege e acelera sites e agora identifica e cobra bots e agentes de IA. Lovable: plataforma sueca que cria aplicativos e sites a partir de texto, para quem não programa. Recursive: laboratório que quer IA capaz de fazer a pesquisa que melhora a própria IA; Socher também comanda a You.com, de busca para empresas e 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; avaliada em US$ 13,3 bilhões (cerca de R$ 75,1 bilhões)

Recursive: **US$ 650** milhões (cerca de R$ 3,67 bilhões) levantados a US$ 4,65 bilhões (cerca de R$ 26,3 bilhões) de avaliação, com menos de 30 funcionários (maio de 2026)

IA · Lovable · Recursive **4 min de leitura**

A lavanderia no caminho de casa.

O balconista da delicatessen que sabe o seu nome e faz você voltar, mesmo com o frango um pouco mais caro. Para Matthew Prince, da Cloudflare, a gente costuma comprar de um negócio pequeno por um de dois motivos: conveniência ou afeto. **O agente de IA que compra pelo cliente não liga para nenhum deles.** Ele tem tempo e paciência infinitos para chegar à melhor decisão, que nem sempre é a decisão emocional.

Natália Schifino

Curadora da FFX

Opinião de Natália

Como ficou fácil criar software e a estrutura para a IA trabalhar, o valor muda de lugar: as tecnologias que mais valem passam a ser as que uma comunidade constrói. Um aplicativo igual ao Instagram se faz da noite para o dia; o bilhão de pessoas que o alimenta, não. Vejo o mesmo nas marcas que criam a própria rede de clientes e colaboram com ela. Essa comunidade é o ativo que deixa a marca imune à cópia do produto.

Guga Schifino

Curador da FFX

Opinião de Guga

Clientes, funcionários e até quem ataca a empresa estão deixando de ser pessoas e passando a ser agentes de IA. Eles não decidem por emoção, são totalmente lógicos e têm tempo e paciência ilimitados. Se essa for a grande maioria, é

muito razoável considerar que nenhuma empresa esteja preparada para esse novo mundo.

A virada veio antes do previsto. No Web Summit do ano passado, a Cloudflare calculava que o tráfego automatizado passaria o humano no primeiro semestre de 2027. **Passou em maio de 2026 e segue acelerando.** Nessa conta entram robôs de todo tipo, não só agentes de compra. Prince prevê que cada profissional vai ter vários agentes trabalhando por ele o tempo todo. Por isso projeta que, em cerca de cinco anos, os robôs vão gerar mil vezes o tráfego humano, e aposta que vai ser antes.

Osika, da Lovable, plataforma que cria aplicativos a partir de texto, acha que pouco muda com o agente escolhendo de quem comprar. Para ele, a história por trás do que se vende vai continuar pesando para a pessoa que dá as ordens ao agente. Ninguém mais no palco foi por esse caminho. Prince discorda e lembra o começo da Cloudflare, quando eram seis pessoas pedindo: “Confiem em nós. Passem todo o seu tráfego pela gente.” Só convenceram porque falaram com os clientes de um jeito muito humano. Se novatos como a Cloudflare daquela época não sobreviverem, prevê Prince, **vencem as maiores empresas, com mais consolidação entre as já estabelecidas e menos escolha para o consumidor**.

Há duas disputas, e só uma não depende do agente

A disputa pelo vínculo	A disputa pela escolha da compra
Só se mantém numa rede de pessoas	Fica cada vez mais com o agente
Não depende dos critérios do agente	Depende de critérios que a empresa não controla e que podem mudar sem aviso
Guarda o que o concorrente não leva junto quando copia o produto	Vira disputa de preço e prazo que o maior tende a vencer

Fazer software também deixou de ser barreira. Para Socher, da Recursive e da You.com, toda tecnologia vai ser refeita para que agentes de IA também possam usá-la, e não só pessoas, como já acontece com a busca. Osika contou o caso de um cliente da Lovable no Brasil: Rafael Milagre, que a própria Lovable apresenta como fundador da Viver de IA. Sem formação técnica e partindo do zero, ele está chegando, segundo Osika, a US$ 20 milhões de receita (cerca de R$ 113 milhões). **Se qualquer um cria um aplicativo, o concorrente também copia o seu.**

Os robôs passaram os humanos antes do que a

Cloudflare previa

Web Summit do ano passado	A Cloudflare prevê a virada para o primeiro semestre de 2027
Maio de 2026	O tráfego automatizado passa o humano e segue acelerando
Primeiro semestre de 2027	A data que era prevista para a virada
Em cerca de cinco anos	Robôs geram mil vezes o tráfego humano, segundo Prince, que aposta que vai ser antes

Para Socher, quem aguenta melhor são os marketplaces e as redes, que escapam de parte dessa ruptura. Dá para recriar o Instagram com IA, mas aí o aplicativo tem só você e cinco amigos. **O clone copia as telas, não o que um bilhão de pessoas faz lá dentro.** Cada uma publica para as outras e convida mais gente, e cada pessoa nova deixa o aplicativo mais valioso para quem já está lá. Natália Schifino, curadora da FFX, leva a ideia para as marcas: as que criam a própria rede e constroem junto com os clientes formam uma base sólida, que a cópia não abala.

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

Para Guga Schifino, curador da FFX, não há dúvida de que as pessoas avançaram muito mais rápido que as empresas. Uma pesquisa feita fora do palco mede essa distância no

Brasil. Mais da metade dos compradores online usou IA em algum momento da última compra, mas **só 21% dos lojistas sabem dizer quando uma venda veio de uma plataforma de IA** (PYMNTS e Visa, 2026).

O clone copia as telas, não a rede que se realimenta

1. **Cada pessoa publica para as outras**
2. **E convida mais gente**
3. **Chega uma pessoa nova**
4. **O aplicativo fica mais valioso para quem já está lá**

↺ VOLTA AO COMEÇO

Há duas disputas tratadas como uma só. Uma é pela escolha da compra, que fica cada vez mais com o agente. A outra é pelo vínculo, que só se mantém numa rede de pessoas. Seria fácil concluir que os grandes não precisam de comunidade, já que o agente os favorece. Mas essa vantagem depende dos critérios do agente, que a empresa não controla e que podem mudar sem aviso. O vínculo com os clientes não depende desses critérios. Quem trabalha só para agradar o agente entra numa disputa de preço e prazo que o maior tende a vencer. Quem mantém uma rede de pessoas guarda aquilo que o concorrente não leva junto quando copia o produto.

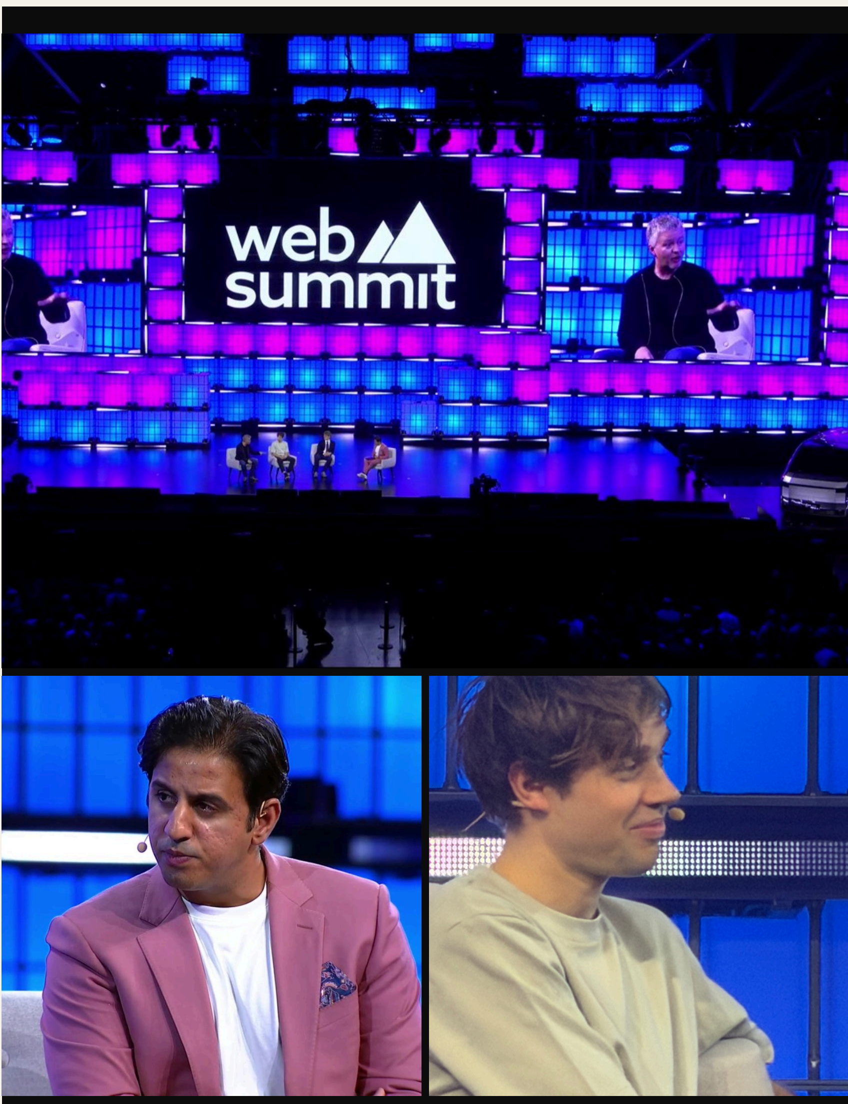


Imagem: transmissão do Web Summit 2026

LEITURA FFX

Quanto mais o cliente for

uma máquina, mais vale o vínculo com gente.

O agente não sente afeto, mas lê o rastro que o afeto deixa: a confiança e a nota que vêm de clientes de verdade. Num teste da a16z, quatro agentes de IA compararam 275 vezes uma loja mais barata com outra considerada mais confiável e recomendaram a confiável em 72% dos casos (InvestNews, 2026). Num experimento com cosméticos, que outros pesquisadores ainda não revisaram, três assistentes de IA recomendaram a marca conhecida sempre que os produtos empatavam, mas essa preferência sumiu quando um concorrente tinha menos de 0,1 estrela a mais na avaliação (arXiv, 2026).

Ali, a fama ajuda, mas quem decide é a nota. A marca que quer durar precisa de uma conexão com o consumidor medida pelo vínculo emocional, e não só pela venda.

E a maioria das empresas ainda não se preparou para um cliente que é uma máquina.

PROVOCAÇÃO FFX

SEUS CLIENTES JÁ ACEITAM QUE UM ROBÔ ESCOLHA POR ELES. SUA EMPRESA AINDA VENDE COMO SE SÓ GENTE COMPRASSE?

EM 30 SEGUNDOS

Desde maio de 2026, robôs geram mais tráfego que pessoas na internet. E o agente que compra pelo cliente escolhe sem afeto, com tempo para comparar tudo.

Com a IA, qualquer concorrente copia um aplicativo ou um produto. O que ele não leva é a rede de gente que constrói junto com a marca, como o bilhão de pessoas que faz o Instagram valer o que vale.

A empresa disputa duas coisas ao mesmo tempo: a escolha do agente e o vínculo com gente. No Brasil, mais da metade dos compradores online já usou IA na última compra, mas só 21% dos lojistas sabem quando a venda veio dela.

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

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

Matthew Prince

Fontes

1. InvestNews: Na Black Friday dos agentes de IA, varejo disputa quem escolhe o que você compra
2. PYMNTS: AI Moves Into Brazil's Everyday Shopping Journey
3. InvestNews: Na Black Friday dos agentes de IA, varejo disputa quem escolhe o que você compra
4. Small Business Trends: AI-Driven Retail Traffic Surges 71%, Converts 90% Better
5. Lovable: Lovable Series C
6. Cloudflare: Cloudflare Announces Third Quarter 2026 Financial Results
7. TechCrunch: Lovable confirms new $13.3B valuation, raises another $400M
8. The Next Web: Recursive Superintelligence raises $650M