

O futuro dos pagamentos já começou e ele não depende mais de humanos

Entenda como o **Comércio Agêntico** está redesenhando completamente a forma de comprar, pagar e operar no ecossistema financeiro. Posicione seu negócio antes que ele fique fora desse novo fluxo.



SUMÁRIO COMPLETO

Comércio Agêntico e Pagamentos Agênticos

O que já está em curso, o que ainda está em formação e como o ecossistema de pagamentos pode se preparar.

UM MATERIAL PRODUZIDO PELO GT PAGOS - COMÉRCIO AGÊNTICO & PAGAMENTOS · ABRIL DE 2026

01 Isso já começou



Por que o Comércio Agêntico não é mais futuro

🕒 6 min de leitura

02 As cinco teses



O que muda, o que já é real e o que o ecossistema precisa fazer agora

🕒 5 min de leitura

03 O vocabulário do setor



Definições, glossário e os quatro estágios da jornada

🕒 8 min de leitura

04 O que muda para cada participante



Consumidor, agente, merchant, wallet, emissor, adquirente e bandeira

🕒 9 min de leitura

05 Quem já está se movendo



Visa, Mastercard, OpenAI, Amazon, Google, J.P. Morgan e o Brasil

🕒 12 min de leitura

06 Implicações para o ecossistema brasileiro



Bancos, adquirentes, regulador, merchants, infraestrutura e consumidor

🕒 11 min de leitura

07 Perguntas em aberto



O que o ecossistema ainda precisa responder

🕒 8 min de leitura

08 O que fica e o que ainda se constrói



Conclusão e o papel da PAGOS

🕒 6 min de leitura

09 Referências para aprofundamento



Fontes, leituras complementares e nota editorial

🕒 4 min de leitura

Isso já começou

Por que o Comércio Agêntico não é mais futuro

Em 2025, a Visa anunciou o **Intelligent Commerce**, uma iniciativa para adaptar sua rede ao mundo onde agentes de IA executam compras em nome de pessoas — com protocolos de segurança, verificação de identidade e gestão de confiança pensados para transações não iniciadas por humanos. No mesmo período, a Amazon colocou em operação o **Buy for Me**, permitindo que seu assistente compre produtos em sites de terceiros sem que o usuário saia da plataforma. A OpenAI lançou o **Operator**, um agente capaz de navegar interfaces web, preencher formulários e concluir compras de forma autônoma. A Mastercard publicou seu **Agentic Token Framework**, definindo como tokens de pagamento funcionarão em fluxos controlados por agentes.

Esses não são anúncios de laboratório. São movimentos públicos, com infraestrutura em construção, de players que operam em escala global. Todos convergem para o mesmo ponto: a jornada de compra está sendo redesenhada por sistemas que *agem*, não apenas sugerem. O nome que o setor tem dado a esse movimento é **Comércio Agêntico** — um ecossistema em que sistemas de IA, operando com base em objetivos e permissões definidos pelo usuário, passam a pesquisar, comparar, negociar e executar compras de ponta a ponta, com ou sem confirmação humana a cada etapa.

Para quem trabalha com meios de pagamento, isso não é apenas uma nova interface. É uma mudança de arquitetura. O pagamento, que sempre foi o ponto final da jornada, passa a ser parte da lógica de decisão do agente. Quem autoriza, quem executa, quem responde por erros, como se previne fraude, como se revoga um mandato — tudo precisa ser repensado.

O comércio agêntico cruza quatro agendas centrais

- **Interface com o cliente** — o checkout deixa de ser o único centro da jornada
- **Autorização e identidade** — a autenticação evolui de pontual para contínua
- **Risco e fraude** — novos vetores surgem quando o agente, não o humano, inicia a transação
- **Responsabilidade e orquestração** — papéis de merchants, emissores, adquirentes, wallets e bandeiras precisam ser redefinidos

A regulação específica ainda está em formação, mas o mercado já começou a construir seus próprios guardrails — e quem estiver fora dessa conversa quando os padrões se consolidarem terá mais dificuldade de entrar depois.

Este e-book foi construído para organizar essa conversa. Não para responder tudo — muita coisa ainda está em aberto. Mas para garantir que **as perguntas certas estejam na mesa**.

As cinco teses

O que muda, o que já é real e o que o ecossistema precisa fazer agora

Este e-book se sustenta em **cinco teses**. Elas podem ser lidas em sequência ou isoladamente — foram escritas para circular.

01 A mudança não é de interface. É de quem decide.

No modelo agêntico, parte das etapas de compra é delegada a um sistema que age em nome do consumidor. Quem controla a interface de recomendação passa a influenciar diretamente o que é comprado, de quem, com qual meio de pagamento e sob quais condições.

02 O pagamento vira parte da lógica do agente.

A infraestrutura de pagamentos — autorização, tokenização, mandato, monitoramento — deixa de ser camada de backoffice e passa a ser condição de existência do modelo. Emissores, adquirentes, bandeiras e PSPs que não se prepararem para receber transações iniciadas por agentes ficarão progressivamente fora do fluxo.

03 O Brasil chega com vantagem estrutural — mas sem regra específica ainda.

Open Finance com mais de 128 milhões de consentimentos ativos, Pix como trilha instantâneo consolidado, autenticação forte, APIs abertas e casos práticos como o Pix Automático e a portabilidade de crédito. O PL 2338 trata IA de forma geral e baseada em risco, mas não cria um regime dedicado para fluxos agênticos. A janela de construção de padrões está aberta.

04 Governança não é detalhe. É o diferencial competitivo.

Quem responde por uma compra fora do escopo autorizado? Como se define responsabilidade entre merchant, emissor, wallet, plataforma e desenvolvedor do agente? Empresas que desenvolverem modelos de governança robustos construirão a confiança necessária para operar em escala.

05 Oportunidades e riscos caminham juntos.

O modelo abre espaço para novos serviços — autorização delegada, gestão de mandato, monitoramento de agentes, prevenção a fraude contextual — especialmente em categorias com alta frequência de compra e baixa necessidade de deliberação consciente.

O vocabulário do setor

Definições, glossário e os quatro estágios da jornada

O que é Comércio Agêntico

Modelo em que sistemas de IA deixam de apenas sugerir e passam a participar ativamente da jornada de compra — pesquisa, comparação, negociação, seleção e, em alguns casos, execução do pagamento — agindo em nome de um consumidor ou empresa, dentro de permissões previamente definidas.

O que é Pagamento Agêntico

Etapas em que um agente autorizado participa da iniciação, seleção ou execução do pagamento em nome do usuário, dentro de regras e limites definidos previamente. O pagamento deixa de ser acionado por um clique humano e passa a ser parte da lógica de execução do agente.

O que não é Comércio Agêntico

A tabela abaixo distingue os diferentes níveis de autonomia da IA:

Nível	O que faz	Exemplo
IA que informa	Responde perguntas	Chatbot de atendimento
IA que recomenda	Sugere opções com base em perfil	Motor de recomendação

Nível	O que faz	Exemplo
IA que executa	Realiza ações em sistemas	RPA
IA que executa com mandato	Age em nome do usuário, com limites e prova de autorização	Agente de compras com autorização delegada

Somente o último nível é comércio agêntico no sentido pleno.

Glossário essencial

- **Agente de IA** — Sistema autônomo que percebe ambiente, toma decisões e executa ações para atingir objetivos definidos pelo usuário.
- **Delegação** — Transferência ao agente da capacidade de agir em nome do usuário, com escopo definido.
- **Mandato** — Regras e limites dentro dos quais o agente pode operar: orçamento, categorias, merchants, horários, critérios de escalonamento humano.
- **Trusted Agent** — Agente verificado, registrado e certificado como participante legítimo do fluxo de pagamento.
- **Merchant** — Estabelecimento varejista que vende produtos ou serviços ao consumidor final. No fluxo agêntico, é a contraparte que recebe a transação iniciada pelo agente e precisa estar apta a reconhecer, autenticar e liquidar pagamentos originados por sistemas autônomos.
- **Tokenização** — Substituição de dados sensíveis por identificador único e seguro, permitindo que o agente execute transações sem acesso direto aos dados reais.
- **Autorização Verificável** — Mecanismo que prova, de forma auditável, que o agente estava autorizado no momento da transação.
- **Guardrails** — Limites técnicos e operacionais impostos ao agente para conter seu escopo de ação.
- **Human-in-the-loop** — Modelo em que o agente executa tarefas de forma autônoma, mas escala decisões ao humano quando ultrapassa seus guardrails.

- **Confiança Contínua** — Substituição da autenticação pontual por monitoramento baseado em contexto e comportamento. O sistema avalia continuamente se o agente opera de forma consistente com o perfil do usuário, os limites do mandato e os padrões históricos. Qualquer desvio aciona alertas, revisão ou bloqueio.

Da interface tradicional ao fluxo agêntico

Na jornada tradicional, o caminho é linear e visível: o consumidor pesquisa, compara, decide, paga e acompanha. Cada etapa tem uma interface clara — um site, um app, uma tela de checkout — e o pagamento é o ato final, acionado por um clique deliberado. O ecossistema de pagamentos foi construído em torno dessa lógica: autenticar o usuário no momento da transação, autorizar o valor, liquidar e, se necessário, disputar.

No modelo agêntico, essa sequência se transforma. Parte das etapas deixa de ser executada pelo consumidor e passa a ser conduzida por um agente que opera dentro de um mandato. A mudança não é apenas de quem clica — é de onde o valor se concentra na cadeia, de como a confiança é estabelecida e de quando o pagamento efetivamente acontece.

Quatro estágios de evolução

1

Estágio 1 — Jornada tradicional

O consumidor controla todas as etapas. Pesquisa no navegador, compara em abas abertas, escolhe, digita os dados do cartão e confirma. O pagamento é um ato isolado no final do funil. A relação é direta entre consumidor e merchant, intermediada por gateway, adquirente e emissor. É o modelo que sustenta a maior parte do comércio eletrônico atual.

2 Estágio 2 — Jornada assistida por IA

O consumidor ainda decide, mas recebe sugestões baseadas em perfil, histórico e contexto. Um motor de recomendação sugere produtos. Um chatbot responde dúvidas sobre frete. Uma IA compara preços e apresenta opções ranqueadas. A decisão e a execução continuam sendo humanas. É o modelo predominante nas grandes plataformas de varejo e nos apps financeiros hoje.

3 Estágio 3 — Jornada agêntica com supervisão

O agente pesquisa, compara, seleciona e prepara a compra. Mas o consumidor confirma antes da execução do pagamento. O mandato é limitado: o agente pode montar o carrinho, encontrar a melhor oferta e recomendar o meio de pagamento — mas não conclui sem aprovação explícita. É o estágio em que a maioria dos pilotos globais se encontra hoje. O Buy for Me da Amazon e o Operator da OpenAI operam nessa lógica: executam tarefas complexas, mas pedem confirmação antes de comprometer dinheiro.

4 Estágio 4 — Jornada agêntica com execução autônoma

O agente pesquisa, compara, seleciona, paga e acompanha — tudo dentro de um mandato pré-autorizado. O consumidor define regras ("compre café quando acabar, até R\$ 80, no fornecedor com melhor avaliação e frete grátis"), recebe notificação da compra realizada, mas não precisa intervir a cada transação. É o horizonte que os frameworks da Visa, Mastercard e OpenAI estão construindo. É também o estágio que exige a maior transformação na infraestrutura de pagamentos.

O que muda para cada participante

Consumidor, agente, merchant, wallet, emissor, adquirente e bandeira

A transição entre os estágios não afeta apenas o consumidor. Ela **redistribui funções, responsabilidades e fontes de valor** ao longo de toda a cadeia.

Consumidor

Deixa de executar e passa a governar. Seu papel principal se torna definir mandato, limites e preferências; monitorar a atuação do agente; revogar ou ajustar permissões quando necessário. A experiência muda de "eu faço a compra" para "eu defino as regras e acompanho o resultado".

Agente

Assume a execução operacional. Pesquisa, compara, seleciona, negocia e, conforme o nível de mandato, executa o pagamento. Para funcionar, precisa de identidade própria verificável, acesso tokenizado a instrumentos de pagamento e capacidade de provar sua autorização perante qualquer participante da cadeia.

Merchant

Precisa ser "legível" para agentes. Isso significa oferecer APIs estruturadas, dados de produto padronizados, políticas de preço, frete e devolução acessíveis por máquina — não apenas por interface humana. Merchants que dependem exclusivamente de experiência visual para converter perdem relevância quando o comprador é um algoritmo.

Wallet e PSP

Passam a intermediar não apenas a transação, mas o mandato. A wallet que armazena o cartão tokenizado precisa saber que quem está acionando a transação é um agente autorizado, dentro de um escopo válido, e não um sistema comprometido.

Emissor

Enfrenta uma pergunta nova: está aprovando uma transação *de quem?* Do titular do cartão, que não está presente? Do agente, que não é o titular? Ou do mandato, que é a nova unidade de autorização? A lógica de aprovação precisa evoluir para considerar o contexto do agente, não apenas o perfil do portador.

Adquirente e bandeira

Precisam definir como transações agênticas serão identificadas, roteadas e tratadas em caso de disputa. Uma transação *agent-initiated* precisará de classificação, protocolos e responsabilidades específicas.

Provedor de identidade e autenticação

Ganha um papel ampliado. A autenticação deixa de ser apenas "o usuário é quem diz ser" e passa a incluir "o agente está autorizado a agir em nome desse usuário, dentro desses limites, neste momento".

O pagamento sai do final e entra na lógica

Na jornada tradicional, o pagamento é o último passo. Na jornada agêntica, ele é parte da lógica de decisão do agente. **O meio de pagamento disponível pode influenciar qual produto é escolhido, de qual merchant, com qual condição.**

Um cenário ilustra essa mudança: imagine um agente configurado para comprar passagens aéreas dentro de um orçamento. O agente encontra duas opções equivalentes em preço e horário. Uma aceita apenas cartão de crédito com parcelamento em até 3x. A outra aceita Pix com desconto de 8%. Se o mandato do consumidor prioriza menor custo total, o agente escolhe a segunda — e o meio de pagamento deixou de ser *consequência* da decisão e passou a ser *critério* dela.

Essa inversão tem implicações diretas para o ecossistema. Para emissores, a taxa de aprovação e as condições oferecidas passam a ser critério competitivo visível para o agente. Para merchants, a clareza das condições de pagamento via API torna-se fator de conversão. Para bandeiras, a presença no "menu" de opções do agente depende de integração técnica, não apenas de market share na carteira do consumidor. Para wallets, a capacidade de expor múltiplos instrumentos com regras programáveis vira diferencial competitivo.

Um cenário prático: compra recorrente de suprimentos

Hoje (Estágio 2)

Uma gerente de escritório percebe que o estoque de material está baixo. Entra no site do fornecedor habitual, confere preços, adiciona itens ao carrinho, aplica o código de desconto corporativo, escolhe o cartão da empresa, confirma o endereço e finaliza. Tempo: 25 minutos. Frequência: quinzenal.

Amanhã (Estágio 3)

A gerente configura um agente com acesso ao histórico de compras e ao catálogo de três fornecedores homologados. Quando o estoque atinge o nível mínimo, o agente monta o pedido otimizado e apresenta o resumo para aprovação. A gerente revisa em 2 minutos e confirma. O agente executa o pagamento com o cartão corporativo tokenizado.

Depois de amanhã (Estágio 4)

O mesmo fluxo, mas sem a etapa de confirmação. O mandato define: fornecedores aprovados, limite mensal de R\$ 5.000, categorias permitidas, regra de menor preço com entrega em até 48 horas. O agente compra, paga e registra. A gerente recebe um relatório semanal e pode ajustar regras a qualquer momento.

O que essa mudança exige da infraestrutura

A evolução da jornada depende de infraestrutura de pagamentos preparada para receber esse novo tipo de transação. Os requisitos mínimos incluem:

- **Identificação de transações agênticas** — a rede precisa saber que aquela transação foi iniciada por um agente para aplicar regras adequadas de risco, autorização e disputa.
- **Mandato verificável em tempo real** — o emissor ou a rede precisa verificar, no momento da autorização, se o agente tem permissão válida para aquela transação específica.
- **Tokenização com escopo** — o token associado ao agente precisa carregar informações sobre o que ele pode fazer, não apenas sobre qual instrumento de pagamento representa.
- **Monitoramento contínuo** — como discutido no conceito de Confiança Contínua, a autenticação pontual é insuficiente.
- **Protocolos de disputa adaptados** — quando o agente compra algo fora do escopo ou o merchant não entrega conforme prometido, o processo de chargeback precisa contemplar uma camada adicional: a verificação do mandato. Se o agente estava autorizado, a responsabilidade recai sobre o merchant ou sobre falha de entrega. Se não estava, abre-se uma nova categoria de disputa — a transação não autorizada por excesso de escopo. Hoje, os protocolos das bandeiras não preveem essa distinção. Construí-la é uma das tarefas mais urgentes para viabilizar o Estágio 4 em escala.

Quem já está se movendo

Visa, Mastercard, OpenAI, Amazon, Google, J.P. Morgan e o Brasil

O comércio agêntico não é um conceito à espera de quem o adote. Os maiores players do ecossistema global de pagamentos e tecnologia já publicaram frameworks, lançaram pilotos e começaram a definir padrões. Ao mesmo tempo, o Brasil reúne condições estruturais que poucos mercados têm — mas ainda não articulou uma agenda específica para pagamentos agênticos.

Movimentos globais: bandeiras, big techs e plataformas de IA

Visa — Intelligent Commerce

Em fevereiro de 2025, a Visa anunciou o Intelligent Commerce, um conjunto de capacidades projetadas para permitir que agentes de IA realizem transações na rede Visa com segurança. O programa inclui tokenização específica para agentes com escopos de uso definidos (categoria, valor, merchant, validade); integração com o Click to Pay para que agentes acessem credenciais sem expor dados do cartão; parcerias com OpenAI, Microsoft, Anthropic, Samsung, Perplexity e outras plataformas; e o conceito de "trusted agent" — agentes verificados e registrados como participantes legítimos da rede. A Visa posicionou o movimento como evolução natural da tokenização, que já processa mais de 10 bilhões de transações por ano. A tese é clara: se o agente vai pagar, precisa pagar dentro de uma rede de confiança que já existe.

Fonte: Visa Inc., "Visa Introduces Intelligent Commerce to Power a New Era of Digital Transactions", fevereiro de 2025.

Mastercard — Agentic Token Framework e Agent Pay

A Mastercard publicou o Agentic Token Framework — um modelo que define como tokens de pagamento devem funcionar quando o iniciador da transação é um agente. Os elementos centrais incluem token com escopo restrito (limite de valor, categorias permitidas, janela de tempo), verificação de identidade do agente antes da autorização, e o Agent Pay, que permite ao agente selecionar e executar o pagamento dentro do fluxo. A Mastercard também anunciou parcerias com Microsoft (Copilot), Samsung e plataformas de comércio para pilotar fluxos agênticos em ambientes controlados.

Fonte: Mastercard, "Mastercard Launches Agent Pay to Power Agentic Commerce", 2025.

OpenAI — Operator

O Operator é o agente da OpenAI projetado para navegar a web, preencher formulários e concluir tarefas, incluindo compras. Lançado em acesso limitado em janeiro de 2025, ele navega sites reais de forma autônoma, pode adicionar itens a carrinhos e confirmar pedidos, opera hoje no Estágio 3 (pede confirmação antes de pagar) e integrou-se à rede Visa via Click to Pay para acessar credenciais tokenizadas. O Operator demonstra que o agente não precisa de uma API dedicada do merchant para comprar — ele pode operar sobre a interface existente. Isso acelera a adoção, mas também amplia a superfície de risco.

Fonte: OpenAI, "Introducing Operator", janeiro de 2025.

Amazon — Buy for Me

A Amazon lançou o Buy for Me como funcionalidade do app Amazon Shopping, permitindo que o assistente compre produtos em sites de terceiros quando o item não está disponível na Amazon. O fluxo: o usuário pesquisa no app; se o produto está em outro site, o agente oferece a opção; navega até o merchant, adiciona ao carrinho e preenche os dados; o usuário confirma antes da finalização. O movimento é estratégico: a Amazon transforma seu app em ponto de entrada universal para compras, mesmo fora do seu marketplace.

Fonte: Amazon, "Buy for Me" feature announcement, 2025.

Google — Project Mariner e A2A Protocol

O Google anunciou o Project Mariner, um agente baseado no Gemini capaz de operar o navegador Chrome de forma autônoma. Em paralelo, publicou o Agent-to-Agent (A2A) Protocol, um protocolo aberto para que agentes de diferentes provedores se comuniquem e cooperem entre si. O A2A é particularmente relevante para pagamentos porque endereça um problema prático: quando o agente do consumidor precisa interagir com o agente do merchant ou com o agente do banco, eles precisam de uma linguagem comum.

Fonte: Google DeepMind, "Agent-to-Agent (A2A) Protocol", abril de 2025.

J.P. Morgan

O J.P. Morgan tem investido em infraestrutura de IA agêntica aplicada a operações financeiras, com foco inicial em tesouraria, pagamentos corporativos e reconciliação. O banco sinalizou interesse em fluxos de pagamento onde agentes atuam como iniciadores — especialmente em cadeias de suprimento e pagamentos entre empresas.

Fonte: J.P. Morgan, relatórios institucionais e cobertura em American Banker e Financial Times, 2024–2025.

As bandeiras brasileiras no debate: Elo, Visa e Mastercard no CMEP

No Brasil, o tema ganhou presença concreta no Congresso de Meios Eletrônicos de Pagamento (CMEP), realizado pela Abecs em abril de 2025. As três principais bandeiras — Mastercard, Visa e Elo — já têm iniciativas em andamento, e seus presidentes debateram publicamente as ações em curso e os desafios que o modelo coloca para o ecossistema.

Rodrigo Cury, presidente da Visa no Brasil, foi direto: "Isso já é uma realidade, não é uma coisa futurista." Cury citou pesquisa realizada com a consultoria Morning Consult, na qual cerca de 80% dos brasileiros afirmaram estar dispostos a fazer compras por meio de agentes de IA — o dobro do índice registrado nos Estados Unidos. O executivo também ressaltou a velocidade de adoção como vetor de

risco: "No Brasil, a criatividade na hora de desenvolver sistemas para fraude é, às vezes, mais rápida do que a nossa capacidade de desenvolver sistemas de prevenção a fraude."

Marcelo Tangioni, presidente da Mastercard no Brasil, destacou o papel das bandeiras como instituidoras de arranjos e, portanto, como árbitros das regras para credenciadoras e emissores. No contexto agêntico, ele defendeu a importância de estabelecer regras claras — inclusive sobre se haverá ou não mecanismos de arbitragem para transações executadas por agentes.

Giancarlo Greco, presidente da Abecs e CEO da Elo, trouxe ao debate uma perspectiva estrutural importante: o processo de pagamento se divide em três etapas básicas — autenticação, aprovação e liquidação — e a chegada dos agentes coloca perguntas novas sobre como garantir segurança em cada uma delas. Greco citou como exemplo carros elétricos autônomos que se conectam a postos de recarga por indução e realizam o pagamento sem intervenção humana: "Como é que eu identifico, então, esse automóvel ou o agente que vai falar em nome do automóvel?"

O executivo reconheceu que os protocolos em desenvolvimento são avançados, mas sinalizou preocupação com a velocidade de adoção característica do mercado brasileiro: "Pelos testes que a gente vem fazendo no Brasil, parece que tudo funciona de uma forma bastante integrada. Mas, mesmo assim, a velocidade de adoção — e o Brasil é mestre nisso — sempre preocupa. Temos que ver se todos os participantes do ecossistema estão prontos para absorver essa rapidez." Greco também usou o histórico do NFC como referência: a tecnologia de aproximação teve expansão acelerada na captura, mas não no mesmo ritmo na emissão — gerando um gap que custou ao ecossistema.

A observação é diretamente aplicável ao comércio agêntico: ter protocolos funcionando em ambiente de teste não garante que toda a cadeia — emissores, adquirentes, merchants, consumidores — esteja pronta para absorver o modelo em escala.

Fonte: Finsiders Brasil, 17/04/2025, Danylo Martins / Card Clipping 22/04/2025.

O que esses movimentos têm em comum

Apesar das diferenças de abordagem, todos convergem em cinco pontos:

- **Tokenização como base** — nenhum player sério propõe que agentes tenham acesso a dados brutos de cartão.
- **Identidade do agente como requisito** — o agente precisa ser identificável, verificável e rastreável.
- **Mandato como unidade de governança** — aparece em todos os frameworks, com nomes diferentes mas lógica similar.
- **Estágio 3 como ponto de partida** — todos os pilotos operam com confirmação humana antes do pagamento.
- **Disputa por posição na cadeia** — bandeiras querem ser a camada de confiança; big techs querem ser o ponto de entrada; plataformas de IA querem ser o agente. A disputa não é sobre tecnologia — é sobre quem controla a relação com o consumidor no novo modelo.

Brasil: vantagem estrutural, agenda em construção

O Brasil não está atrasado — mas também não articulou uma agenda específica para comércio e pagamentos agênticos. O que existe é um conjunto de capacidades estruturais que colocam o país em posição privilegiada para avançar quando a agenda se consolidar.

Com 128 milhões de consentimentos ativos e um modelo regulado de compartilhamento de dados, o ecossistema já opera com conceitos que são pré-requisito para pagamentos agênticos: consentimento granular, APIs padronizadas, governança centralizada e identidade verificável. A lógica de consentimento do Open Finance — onde o usuário autoriza o compartilhamento de dados específicos, por tempo determinado, com finalidade declarada — é estruturalmente análoga ao conceito de mandato agêntico.

O **Pix Automático**, lançado em junho de 2025, permite que o usuário autorize cobranças recorrentes sem necessidade de confirmação a cada transação. Na prática, é um mandato de pagamento recorrente com regras definidas pelo usuário — lógica diretamente aplicável a fluxos agênticos.

Fintechs e bancos digitais vêm integrando assistentes de IA em suas jornadas. Iniciadores de pagamento (ITP) regulados pelo Banco Central já operam uma lógica próxima da agêntica: um terceiro autorizado inicia um pagamento em nome do

usuário. A pergunta que se coloca é: *quando o "terceiro" for um agente de IA, como o modelo regulatório se adapta?*

O Brasil já demonstrou protagonismo em inovação regulatória em pagamentos. Nesse contexto, a PAGOS assume posição pioneira ao levar o tema do comércio agêntico para discussão por meio de seu GT, contribuindo para organizar o debate e construir um posicionamento setorial antes mesmo de uma definição regulatória específica.

O gap que precisa ser endereçado

A vantagem estrutural do Brasil é real, mas não se converte automaticamente em liderança. O que falta é a articulação entre as peças:

- não há definição regulatória sobre como um agente de IA se credencia como iniciador de transação;
- não há padrão de mercado para identidade de agente e tokenização com escopo no contexto brasileiro;
- não há fórum articulado reunindo todos os participantes para discutir especificamente pagamentos agênticos;
- não há casos de uso públicos em produção que demonstrem o fluxo completo com identidade verificável, mandato auditável e trilha de disputa definida.

Mapa de posicionamento: quem quer ser o quê

Player	Posição pretendida	Lógica estratégica
Bandeiras (Visa, Mastercard, Elo)	Camada de confiança e autorização	<i>"O agente paga dentro da nossa rede, com nossos tokens, sob nossas regras."</i>
Big techs (Google, Amazon, Apple)	Ponto de entrada e controle da relação com o consumidor	<i>"O agente mora no nosso ecossistema — o usuário fala conosco, não com o merchant."</i>

Player	Posição pretendida	Lógica estratégica
Plataformas de IA (OpenAI, Anthropic, Google DeepMind)	O agente em si	<i>"Nós somos a inteligência que executa. Quem fornece o trilha de pagamento é plug-in."</i>
Bancos e emissores	Custódia do mandato e do instrumento de pagamento	<i>"O dinheiro é do nosso cliente. O mandato passa por nós."</i>
Fintechs e orquestradores	Infraestrutura de conexão e governança de fluxo	<i>"Nós conectamos as pontas, orquestramos as regras e garantimos que o fluxo funcione."</i>
Merchants e marketplaces	Ponto de oferta e fulfillment	<i>"Não importa quem compra — humano ou agente. Importa que a entrega, o preço e a experiência sejam competitivos."</i>

A tensão entre essas posições vai definir a arquitetura do comércio agêntico nos próximos anos. Não é provável que um único tipo de player domine todas as camadas. O mais provável é um modelo de camadas interoperáveis — semelhante ao que aconteceu com o e-commerce e com os pagamentos digitais — onde cada participante ocupa uma função específica e a competição acontece dentro de cada camada, não entre camadas.

O que observar nos próximos 12 a 18 meses

- Pronunciamento do Banco Central sobre agentes de IA no contexto do Open Finance ou do Pix — qualquer consulta pública, nota técnica ou menção em ata sinalizará o início da agenda regulatória local.
- Primeiros pilotos das bandeiras no Brasil — Visa e Mastercard já anunciaram frameworks globais, mas a ativação em mercados específicos depende de parcerias locais com emissores e adquirentes.
- Evolução do Pix Automático — se o Banco Central ampliar o escopo para contemplar mandatos mais flexíveis (variação de valor, múltiplos recebedores, regras condicionais), estará, na prática, construindo um trilha nativo para

pagamentos agênticos.

- Pago, PicPay ou outros players de alta penetração lançarem funcionalidades onde o assistente de IA execute tarefas financeiras — o mercado terá seu primeiro caso de uso visível em escala.
- Definição de padrões de identidade de agente — seja por iniciativa de mercado, seja por determinação regulatória, a criação de um modelo de identificação e credenciamento de agentes será o ponto de inflexão técnico.
- Posicionamento de provedores de infraestrutura — empresas que conectam participantes do ecossistema e orquestram fluxos serão as primeiras a sentir a demanda por capacidades agênticas.

A janela estratégica

O comércio agêntico está na fase em que as regras ainda estão sendo escritas. Isso significa que quem se posicionar agora — com infraestrutura, com capacidade técnica, com visão de governança — terá influência desproporcional sobre como o modelo se consolida. Os players que tratem o comércio agêntico como pauta estratégica nos próximos 12 meses — não como curiosidade tecnológica, mas como vetor de transformação do modelo de negócio — estarão definindo as regras do jogo, não apenas reagindo a elas.

Implicações para o ecossistema brasileiro

Bancos, adquirentes, regulador, merchants, infraestrutura e consumidor

O comércio agêntico não é uma mudança isolada em um elo da cadeia. Ele reconfigura relações entre consumidor, merchant, emissor, adquirente, bandeira, regulador e provedor de infraestrutura. Cada um desses participantes enfrenta perguntas novas — e quem demorar para formulá-las vai encontrá-las já respondidas por outros.

Para bancos e emissores: o mandato como novo produto

Historicamente, o emissor entrega ao cliente um instrumento de pagamento e o cliente decide quando, onde e como usá-lo. No modelo agêntico, o cliente ainda decide, mas quem executa é o agente. Isso muda a natureza da relação entre emissor e cliente de três formas.

O instrumento de pagamento precisa ser programável

Não basta emitir um cartão ou disponibilizar uma conta. O emissor precisa oferecer tokens com escopo — instrumentos que carreguem regras de uso definidas pelo cliente e interpretáveis pelo agente. Isso significa tokens que limitem valor por transação ou por período; tokens restritos a categorias de merchant (MCC); tokens com validade temporal; e tokens revogáveis em tempo real, pelo cliente ou por regra automática. Emissores que oferecerem essa granularidade primeiro terão vantagem competitiva direta — porque serão os preferidos pelos agentes e pelas plataformas de IA que precisam de instrumentos governáveis.

A gestão de mandato vira serviço

O mandato precisa ser criado, armazenado, consultado, atualizado e revogado. O emissor é o candidato natural, porque já detém a relação de confiança com o cliente e já opera infraestrutura de autenticação e autorização. Na prática, isso significa construir: interface para o cliente definir mandatos por agente, finalidade e período; API para o agente consultar os limites do mandato antes de executar; mecanismo de notificação quando o agente se aproximar dos limites; histórico auditável de todas as ações executadas sob cada mandato; e processo de revogação instantânea acessível ao cliente a qualquer momento. Quem construir esse serviço primeiro transforma o mandato em produto — e cria uma nova camada de relacionamento que vai além do instrumento de pagamento em si.

O modelo de risco muda

Hoje, o modelo de risco do emissor avalia o comportamento do cliente. No modelo agêntico, precisa avaliar também o comportamento do agente: ele está operando dentro do mandato? O padrão de transações é consistente com o escopo autorizado? Há sinais de que o agente foi comprometido? Isso exige novos modelos de detecção de fraude que contemplem desvio do agente em relação ao mandato; volume anômalo de transações em janela curta — um agente comprometido pode executar milhares de transações em minutos; padrões que individualmente estão dentro do mandato, mas que no agregado indicam comportamento não previsto. O emissor que não atualizar seus modelos de risco ficará exposto a um tipo de fraude que pode escalar muito mais rápido do que a fraude tradicional, porque agentes operam em velocidade de máquina.

Para adquirentes e sub-adquirentes: o merchant precisa ser encontrável por agentes

O adquirente conecta o merchant ao sistema de pagamentos. No modelo agêntico, essa conexão precisa ser ampliada: o merchant não precisa apenas aceitar pagamentos — precisa ser descoberto, interpretado e transacionado por agentes.

Catálogos legíveis por máquina

Agentes não navegam sites como humanos. Eles consomem dados estruturados. Para que um agente encontre o produto certo, compare preços e conclua a compra, o merchant precisa expor catálogo em formato estruturado, preços atualizados em tempo real, disponibilidade de estoque, políticas de entrega e devolução em formato interpretável e condições de pagamento aceitas. Adquirentes que ajudarem seus merchants a estruturar essas informações criarão vantagem competitiva para toda a sua base.

Autenticação do agente no checkout

Quando o agente chega ao checkout, o adquirente precisa validar não apenas o instrumento de pagamento, mas a identidade do agente, o mandato sob o qual opera e a cadeia de responsabilidade. Isso exige novos campos no protocolo de autorização e, potencialmente, novos acordos comerciais entre adquirente, bandeira e plataforma de IA.

Novos modelos de precificação

Transações agênticas têm características diferentes das transações humanas: maior volume, menor ticket médio, maior previsibilidade, menor taxa de abandono. Isso pode justificar modelos de precificação específicos — taxas diferenciadas para transações agênticas verificadas, por exemplo, ou modelos baseados em volume comprometido via mandato.

Para o regulador: governança sem sufocar a inovação

O Banco Central do Brasil tem histórico de equilibrar inovação e segurança — o Pix e o Open Finance são prova disso. O comércio agêntico coloca esse equilíbrio à prova novamente, com perguntas que ainda não têm resposta consolidada em nenhuma jurisdição.

As perguntas regulatórias centrais são: o agente de IA precisa ser regulado como participante do sistema de pagamentos, e se sim, sob qual categoria? Quem responde quando o agente erra — o cliente, a plataforma de IA, o emissor ou o merchant? Como garantir o consentimento informado quando o consentimento é dado na configuração do mandato e pode estar temporalmente distante da

transação? Como o modelo de disputa se adapta quando o comprador é um agente? E como evitar concentração excessiva se poucas plataformas de IA dominarem a intermediação agêntica?

O regulador brasileiro tem, em princípio, três caminhos:

- **Sandbox regulatório específico**, criando ambiente controlado para testes antes de regulamentar definitivamente.
- **Extensão do framework do Open Finance**, utilizando a estrutura de consentimento e interoperabilidade já existente como base.
- **Regulação por princípios** — em vez de regras prescritivas, estabelecer princípios de transparência, responsabilidade, revogabilidade e auditabilidade, deixando que o mercado defina as implementações.

O mais provável é uma combinação dos três, como tem sido o padrão do BCB em outras agendas de inovação.

Para merchants: de vitrine para humanos a interface para agentes

O merchant que vende para humanos precisa de uma boa vitrine e um checkout eficiente. O merchant que vende para agentes precisa de algo diferente: dados estruturados, APIs acessíveis e políticas claras.

O que muda na prática

- **Descoberta:** o agente não vê banners nem responde a promoções visuais — ele compara dados. O merchant que quiser ser escolhido precisa competir em preço, disponibilidade, prazo e condições legíveis por máquina.
- **Negociação:** agentes podem otimizar automaticamente se o merchant expõe regras de desconto em formato estruturado.
- **Fulfillment:** o merchant precisa expor acompanhamento de entrega, garantias e trocas via API.

- **Relacionamento:** o merchant pode nunca interagir diretamente com o consumidor humano — a relação passa a ser mediada pelo agente, o que muda a lógica de fidelização: em vez de conquistar a atenção do consumidor, o merchant precisa conquistar a preferência do agente.

O novo funil do merchant

O funil tradicional foi desenhado para humanos. No comércio agêntico, ele se achata e se reordena:

- **Indexação** — estar visível para agentes via dados estruturados e APIs abertas
- **Qualificação** — ser avaliado por critérios objetivos
- **Seleção** — ser escolhido com base no mandato do consumidor
- **Execução** — transação programática, sem fricção de checkout
- **Acompanhamento** — agente monitora entrega e registra a experiência para decisões futuras

Merchants que entenderem esse novo funil primeiro terão vantagem estrutural — porque estarão otimizados para o canal que mais cresce, enquanto concorrentes ainda otimizam para o canal que mais encolhe.

Para provedores de infraestrutura e orquestradores: a camada que faz tudo funcionar

O comércio agêntico não funciona com uma única tecnologia ou um único player. Ele funciona com camadas interoperáveis — identidade, mandato, pagamento, dados, governança — que precisam ser conectadas, orquestradas e monitoradas. Essa é a função dos provedores de infraestrutura e orquestradores de fluxos financeiros. E é, possivelmente, a posição de maior alavancagem estratégica no novo modelo.

O ecossistema agêntico exige:

- **Orquestração de APIs** para que o agente consulte múltiplos serviços em sequência ou paralelo com confiabilidade e rastreabilidade.

- **Governança de fluxo** para que cada decisão respeite as regras do mandato e o fluxo inteiro seja auditável.
- **Conectividade entre participantes** para que agente, merchant, adquirente, bandeira e emissor se comuniquem sem que cada um precise integrar-se individualmente com todos os outros.
- **Transformação e normalização de dados** para que o agente receba informações consistentes independentemente da origem.
- **Monitoramento e observabilidade** para diagnosticar falhas rapidamente.

O orquestrador ganha relevância desproporcional por três razões. Primeiro, a complexidade crescente: quanto mais agentes, merchants e regras de mandato, maior a demanda por orquestração. Segundo, a neutralidade como valor: o orquestrador que não compete com nenhuma ponta pode servir a todas, criando posição de confiança difícil de replicar. Terceiro, os dados de fluxo como ativo: quem orquestra o fluxo vê o fluxo inteiro, gerando inteligência sobre padrões, gargalos e riscos emergentes.

Provedores de infraestrutura que já operam orquestração de fluxos financeiros — com APIs, conectores, regras de negócio e governança — estão, na prática, construindo a base sobre a qual o comércio agêntico vai rodar. A questão é se reconhecem isso como vantagem estratégica e se posicionam intencionalmente, ou se esperam que o mercado defina o papel por eles.

Para o consumidor: mais conveniência, novas responsabilidades

O consumidor é o beneficiário final do comércio agêntico — mas também precisa se adaptar a um modelo onde decisões de compra são delegadas.

O que o consumidor ganha

- **Tempo** — tarefas repetitivas são executadas sem intervenção
- **Otimização** — o agente encontra melhores preços e condições do que o consumidor encontraria sozinho

- **Consistência** — o agente não esquece de cancelar uma assinatura, não perde o prazo de uma promoção, não repete uma compra já feita

O que o consumidor precisa aprender

- **Configurar mandatos com clareza** — um mandato mal configurado pode gerar compras indesejadas dentro das regras definidas
- **Monitorar e ajustar** — delegar não significa abandonar
- **Entender os limites** — o agente otimiza com base em critérios definidos, mas não entende contexto emocional ou situacional. Saber o que delegar e o que não delegar é uma competência que precisará ser desenvolvida.

Inclusão e acessibilidade

O comércio agêntico tem potencial significativo de inclusão para consumidores com menor familiaridade digital, com deficiências visuais ou motoras, ou com limitações de tempo. Mas isso só se concretiza se a interface de configuração de mandato for simples e acessível; se o agente comunicar suas ações de forma clara; se existirem mecanismos de proteção para consumidores vulneráveis; e se o modelo não criar uma nova camada de exclusão para quem não tem acesso às plataformas de IA mais avançadas.

Síntese: o que muda para cada participante

Participante	Principal mudança	Ação prioritária
Bancos e emissores	O mandato vira produto; o modelo de risco precisa contemplar agentes	Desenvolver tokens programáveis e serviços de gestão de mandato
Adquirentes e sub-adquirentes	O merchant precisa ser legível por agentes	Ajudar a base de merchants a estruturar dados e APIs
Regulador	Novas categorias de participante e novas cadeias de responsabilidade	Iniciar sandbox ou consulta pública sobre agentes no sistema de pagamentos

Participante	Principal mudança	Ação prioritária
Merchants	O funil muda de atenção humana para indexação por agente	Estruturar catálogos, APIs e políticas para serem consumidos por máquinas
Provedores de infraestrutura	A orquestração entre participantes se torna camada crítica	Posicionar-se como camada de conexão e governança do ecossistema agêntico

Perguntas em aberto

O que o ecossistema ainda precisa responder

A autenticação sempre foi peça central em pagamentos. O que muda agora é o objeto da autenticação. Em um fluxo agêntico, não basta provar que o usuário existe ou que o instrumento de pagamento é válido. É preciso provar também que o agente está autorizado a agir em nome desse usuário, naquele contexto, dentro daquele escopo e naquele momento.

Isso gera uma distinção importante: **autenticar o agente não é o mesmo que autenticar o mandato**. O agente pode ser legítimo, mas estar operando fora do escopo. O mandato pode existir, mas não estar mais válido. A articulação entre essas duas camadas é uma das questões mais críticas da próxima fase.

Quem responde por uma compra fora do escopo?

Essa talvez seja a pergunta mais sensível para a escalabilidade do modelo. Se um agente compra algo acima do valor permitido, fora da categoria autorizada ou em merchant não previsto, quem responde? A empresa que desenvolveu o agente? A plataforma que o hospedou? O emissor que aprovou? O merchant que aceitou? O usuário que configurou mal?

O direito e os arranjos operacionais tendem a conviver com essas perguntas antes que exista resposta consolidada. É justamente por isso que guardrails, logs e rastreabilidade não podem ser pensados como detalhes de implementação. Eles são a base da responsabilização futura.

O emissor aprova a pessoa, o agente ou a política de autorização?

Nos modelos tradicionais, o emissor aprova uma transação com base em sinais sobre o portador do instrumento, o merchant, o valor, o canal e o risco. Em um ambiente agêntico, isso tende a ficar mais complexo. O emissor está aprovando um indivíduo? Um agente? Um mandato? Ou uma combinação dos três?

A resposta importa porque orienta produto, risco e infraestrutura. Se a unidade de decisão deixa de ser apenas a pessoa e passa a incluir a política sob a qual o agente atua, então a próxima geração de autorização financeira será muito mais próxima de um sistema de políticas do que de um simples "sim" ou "não" por transação.

Como o chargeback muda em um fluxo agêntico?

O ecossistema de pagamentos conhece bem disputas, contestação e chargeback. Mas a maior parte dos protocolos atuais parte da relação direta entre consumidor e merchant. O fluxo agêntico adiciona uma camada nova: o iniciador operacional da compra não é necessariamente o usuário final.

Isso levanta questões que ainda não estão organizadas em padrões consolidados:

- Uma compra dentro do mandato, mas considerada "indesejada" pelo consumidor, é disputa legítima?
- Uma compra fora do mandato é fraude, erro operacional ou falha de governança?
- O merchant pode alegar que recebeu uma transação tecnicamente válida e, portanto, cumpriu seu papel?

Cada cenário exige tratamento específico — e essas distinções precisam entrar na agenda setorial antes de se tornarem litígios sistêmicos.

O que será obrigatório para merchant acceptance?

Se agentes passam a operar compras em nome do consumidor, merchants precisarão estar preparados para recebê-los. Mas o que isso significa, exatamente? Ter API? Ter catálogo estruturado? Expor regras de frete, prazo e devolução em formato legível? Aceitar tokens com escopo? Implementar mecanismos de verificação de agente?

O ecossistema ainda não consolidou um padrão mínimo de "merchant readiness" para o comércio agêntico. Sem algum nível de padronização, a adoção pode ficar concentrada em poucos players com alta capacidade técnica, dificultando a difusão do modelo pelo restante do mercado.

Como equilibrar conveniência com supervisão?

Boa parte do apelo do comércio agêntico está na redução de atrito. Mas é justamente aí que mora uma tensão central: quanto menos o usuário interage, mais a governança precisa ser robusta. Se tudo precisar de confirmação humana, o agente perde potência. Se nada precisar, o risco cresce.

A pergunta não é se haverá supervisão. A pergunta é como desenhá-la de modo proporcional, contextual e útil. Em quais casos a confirmação é obrigatória? Em quais ela pode ser substituída por monitoramento? Em que situações a revisão humana deve ser acionada automaticamente? O equilíbrio entre autonomia e supervisão será um dos temas mais relevantes para produto, regulação e experiência do usuário.

O que precisará ser padronizado entre redes, wallets, PSPs e plataformas?

Nenhum mercado escala bem quando cada participante define, isoladamente, sua própria gramática de confiança. Em algum momento, o ecossistema precisará convergir em torno de certos padrões: identidade do agente, formato de mandato, prova de autorização, campos de mensagem, classificação de transação agêntica, tratamento de exceção, interoperabilidade entre camadas.

A pergunta não é se haverá padronização, mas onde ela acontecerá e com que grau de abertura. Será puxada por redes? Por big techs? Por reguladores? Por associações setoriais? Por combinação entre todos? O momento atual é particularmente relevante porque essa resposta ainda está sendo construída.

Qual é o papel do Open Finance nessa próxima fase?

O Open Finance não é sinônimo de comércio agêntico. Mas parece cada vez mais claro que ele pode funcionar como base importante de dados, consentimento, interoperabilidade e iniciação em vários casos de uso futuros. Isso levanta outra pergunta importante: qual parte da evolução do modelo será construída em continuidade com o Open Finance e qual parte exigirá novos trilhos, novos protocolos e novas figuras institucionais?

O setor precisa discutir se os instrumentos existentes serão estendidos, combinados ou apenas usados como inspiração para camadas futuras de delegação automatizada.

O Brasil liderará em casos de uso ou ficará na observação?

O Brasil tem histórico de liderança em infraestrutura financeira inovadora, especialmente em pagamentos e Open Finance. Mas liderança passada não garante protagonismo futuro. O comércio agêntico oferece uma oportunidade semelhante à que o país aproveitou em outras agendas: entrar cedo, experimentar, articular ecossistema e construir padrões locais com relevância internacional.

A pergunta é se o setor verá isso como pauta estratégica ou apenas como tendência externa a ser observada até amadurecer em outros mercados.

Quem captura o valor: interface, pagamento ou confiança?

Talvez essa seja a grande pergunta estrutural. O comércio agêntico redistribui valor entre camadas. Quem controla a interface com o usuário tende a influenciar intenção. Quem controla o pagamento tende a influenciar execução. Quem controla

confiança tende a influenciar escalabilidade.

Esses papéis podem convergir em poucos players ou se manter distribuídos entre diferentes tipos de participante. A forma como essa disputa se resolver terá enorme impacto sobre competição, regulação e arquitetura do ecossistema.

Uma agenda que não deve ser resolvida depressa demais

Há uma tentação compreensível de querer encerrar logo esse conjunto de questões. Mas a experiência de outros ciclos tecnológicos sugere cautela. Fechar cedo demais uma agenda em formação pode produzir regras inadequadas, padrões frágeis ou assimetrias desnecessárias. O papel do setor, neste momento, talvez seja menos "resolver" e mais "qualificar o debate". Quanto mais refinadas forem as perguntas feitas agora, maior a chance de que as respostas futuras sejam úteis, proporcionais e escaláveis.

O que fica e o que ainda se constrói

Conclusão e o papel da PAGOS

O comércio agêntico já entrou na agenda do ecossistema — a escolha agora é entre participar da definição do modelo ou apenas reagir a ele.

O comércio agêntico ainda não é um mercado maduro. Não há padrão final consolidado, não há regime regulatório específico fechado e não há escala massiva de casos públicos em produção. Mas isso não o torna periférico. Ao contrário. Quase toda mudança estrutural relevante em infraestrutura financeira começa exatamente assim: sinais dispersos, grandes players se movendo, reguladores observando, fóruns técnicos tentando organizar linguagem comum e participantes do mercado avaliando se se trata de tendência passageira ou de vetor real de transformação.

O que este e-book procurou mostrar é que, no caso do comércio agêntico, os sinais já são fortes demais para serem tratados apenas como curiosidade tecnológica.

O tema importa porque toca o núcleo do ecossistema de pagamentos. Ele reposiciona a autorização, reposiciona a identidade, reposiciona a lógica de risco, reposiciona a interface com o cliente e reposiciona o próprio papel da infraestrutura. O pagamento deixa de ser apenas um evento no final da jornada e passa a funcionar como parte da inteligência da decisão. Isso altera o ponto de competição, a forma de construir confiança e a maneira como responsabilidades serão distribuídas.

Ao longo dos capítulos, uma ideia apareceu repetidas vezes: a mudança mais relevante talvez não seja a capacidade do agente de agir, mas a necessidade do sistema de confiar continuamente nessa ação. É isso que distingue o comércio agêntico de uma automação qualquer. Ele não pede apenas tecnologia melhor.

Pede um novo pacto entre conveniência, governança, interoperabilidade e responsabilidade. Em termos simples: **para que o modelo escale, o ecossistema precisará aprender a delegar sem perder controle.**

Nesse contexto, o Brasil parte de uma posição interessante. O país já dispõe de uma base relevante de infraestrutura — Open Finance, Pix, iniciação de pagamento, tokenização, jornadas mais fluidas, experiência regulatória em interoperabilidade — que pode facilitar a evolução para formas mais sofisticadas de autorização delegada. Ao mesmo tempo, ainda não há uma agenda específica consolidada para pagamentos agênticos. Isso cria uma janela rara: o setor ainda pode participar da construção dos princípios, em vez de apenas receber padrões prontos de fora.

É justamente aí que o papel da **PAGOS** se torna especialmente relevante. A PAGOS, por meio de seu Comitê Regulatório e de seus Grupos de Trabalho, atua na articulação do ecossistema e na construção de princípios comuns para o desenvolvimento seguro do comércio agêntico no Brasil. A agenda envolve regulação, responsabilidades, prevenção à fraude, PLD/FT, auditoria, interoperabilidade e experiência do usuário. Não é uma agenda para um player isolado. É uma agenda para o setor. E quanto mais cedo ela for tratada de forma coordenada, maior a chance de que a evolução do modelo aconteça com segurança, competição saudável e clareza institucional.

O equilíbrio final talvez possa ser resumido assim: o comércio agêntico traz riscos novos, mas também abre espaço para novos serviços e para uma evolução relevante da experiência do usuário. Não se trata de escolher entre entusiasmo e cautela. Trata-se de construir um caminho em que ambos coexistam. O setor de pagamentos já passou por transições em que isso parecia difícil — e conseguiu avançar quando combinou infraestrutura, coordenação e visão de longo prazo.

O momento agora é semelhante. O comércio agêntico não exige respostas finais imediatas. Exige, antes de tudo, perguntas melhores, infraestrutura mais preparada e disposição para construir, em conjunto, os padrões de confiança que permitirão sua escala.

Porque, em última instância, a questão não é mais se esse modelo fará parte do futuro do ecossistema. **A questão é quem ajudará a desenhá-lo.**

Referências para aprofundamento

Fontes, leituras complementares e nota editorial

Regulação e confiança

- CMA — Agentic AI and consumers
- CMA — Complying with consumer law when using AI agents
- Câmara dos Deputados — tramitação do PL 2338/2023
- Texto do PL 2338/2023

Pagamentos e infraestrutura

- Visa — AI agents and security
- Visa — Intelligent Commerce
- Visa — transações seguras com parceiros
- Mastercard — Agentic Token Framework
- J.P. Morgan Payments — Agentic Commerce: The Future of AI-Powered Shopping

Players e casos concretos

- Amazon — Buy for Me
- Amazon — Rufus AI assistant
- OpenAI — Introducing Operator

- [OpenAI — ChatGPT agent](#)
- [OpenAI — Buy it in ChatGPT](#)
- [Google — shopping com Gemini e agentic checkout](#)
- [Google Developers — Agent-to-Agent Protocol \(A2A\)](#)

Tendências de mercado

- [McKinsey — The state of AI in 2025](#)
- [McKinsey — The agentic commerce opportunity](#)
- [McKinsey — The automation curve in agentic commerce](#)
- [McKinsey — Global Payments Report 2025](#)
- [McKinsey — The end of inertia: Agentic AI's disruption of retail and SME banking](#)

Contexto brasileiro e infraestrutura financeira

- [Open Finance Brasil — dados públicos e participantes](#)
- [Open Finance Brasil — dashboard de iniciação de pagamentos](#)
- [Reuters — Brazil's Pix set for next leap with launch of recurring payments](#)
- [Finsiders Brasil — Visa, Mastercard e Elo debatem comércio agêntico no CMEP](#)

Leituras complementares do setor e cobertura de mercado

- [Mobile Time — Comércio agêntico](#)
- [NeoFeed — A tecnologia de agentic commerce está pronta. A confiança ainda não](#)
- [Infor Channel — Ecossistema de pagamentos se prepara para a era do comércio agêntico](#)

- Fincatch — Iniciativa prepara ecossistema de pagamentos para o comércio agêntico

Nota editorial sobre as referências

As referências reunidas neste material combinam diretrizes regulatórias e institucionais; frameworks técnicos e operacionais de grandes players; anúncios públicos de iniciativas em curso; análises de mercado e tendências; e fontes brasileiras úteis para contextualização de infraestrutura, pagamentos e Open Finance.

A proposta é oferecer ao leitor uma base inicial confiável para aprofundamento, distinguindo claramente o que já é público e verificável; o que está em estágio de piloto ou construção; e o que ainda permanece como agenda em formação.

Configuração do GT Pagos - Comércio Agêntico & Pagamentos no período da publicação em Abril de 2026

Coordenadora Geral: Pedrina Braga

Coordenadores do GT: Valéria Carrete e Marcelo Feltrin

Participantes: André Garrido, Antônio Candido Neto, Carlos Ogata, Cássio Marques, Cibele Cipola, Claudia Mansur, Daniela Bijos, Danilo Lopis Menezes, Diego Lacerda, Eduardo Antônio, Ernesto Haikewitsch, Lígia Lopes, Luanna Vargas, Luiz Carlos, Luiz Guilherme Roncato, Micheli Ferrari, Mirna, Paulo Sérgio Galdeano, Pedro Bramont, Ricardo Toth, Rogério Zero, Rosa Massae Doi, Sarah Kespee e Vlademir Santos