



PAGOS e-magazine

45

AGOSTO
2026

Quatro futuros para o comércio agêntico no Brasil

**CÂMBIO E PAGAMENTOS
ENTRAM EM UMA NOVA
ERA DE CONFORMIDADE**

*PAGOS participa da
construção da
Reforma Tributária*

Comércio Agêntico e PMEs:
quando a IA passa a
pesquisar, recomendar
e comprar

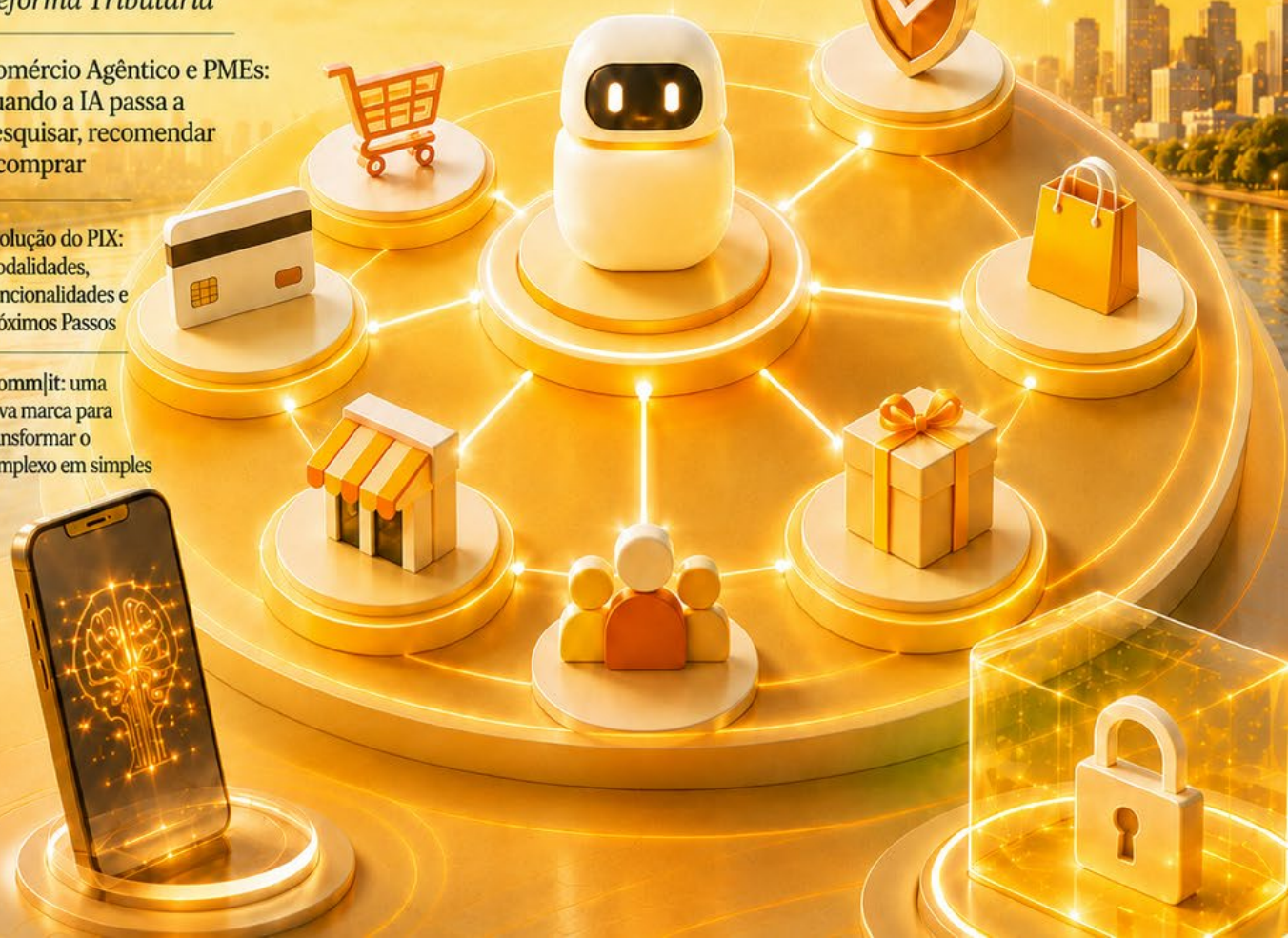
Evolução do PIX:
Modalidades,
Funcionalidades e
Próximos Passos

ecomj[it]: uma
nova marca para
transformar o
complexo em simples

Crônica: O futuro
depende do ainda
não sabemos
perguntar

A próxima
maquininha
não será uma
maquininha

**PAGOS na
FebrabTech
2026**





• Carta do Presidente	3
• Regulação no centro do jogo: Câmbio e pagamentos entram em uma nova era de conformidade <i>Livia Ikeda</i>	4
• Novo eBook: PMEs e Comércio Agêntico	9
• PAGOS amplia a participação do setor de pagamentos na construção da Reforma Tributária <i>Pedrina Braga e Kalliane Abreu</i>	10
• Novos Associados	13
• Aniversariantes – Setembro 2026	14
• PMEs na era dos agentes: o que muda quando a IA passa a pesquisar, recomendar e comprar <i>Ernesto Hajkewitsch</i>	16
• Quatro futuros para o comércio agêntico no Brasil <i>Marcelo Feltrin</i>	23
• Crônica: O futuro depende do que ainda não sabemos perguntar <i>Cibele Cipola</i>	32
• A próxima maquininha não será uma maquininha <i>Eduardo Vils</i>	38
• Eventos PAGOS: Congresso PAGOS/OAB-SP e Payment Anyway	41
• Na palma da mão <i>Eduardo Vils</i>	42
• PAGOS na FEBRABAN TECH 2026	43
• ecommlit: uma nova marca para transformar o complexo em simples	47
• Conexão Pagos: Evolução do PIX: Modalidades, Funcionalidades e Próximos Passos <i>Mauro Laxe</i>	51
• Ação Social: Maratona Cestas Básicas 200 x 40	56
• Publicações PAGOS: Comércio Agêntico e Pagamentos Agênticos	57

Presidente



Lincoln Rocha

Presidente, PAGOS

Ser farol em um mercado que não para de mudar

A Pagos, mantendo seu compromisso de ser farol para seus associados e para o mercado, vem procurando antecipar discussões, aproximar nossos membros de quem está construindo as regras e, principalmente, transformar as grandes mudanças do setor em conhecimento que ajude nossas empresas a tomar melhores decisões.

Esse compromisso se torna ainda mais importante diante do momento que vivemos. O mercado financeiro e de pagamentos brasileiro continua crescendo e amadurecendo, mas passa simultaneamente por profundas transformações regulatórias, prudenciais, tecnológicas e concorrenciais. Mais do que acompanhar essas mudanças, entendemos que nosso papel é ajudar nossos associados a compreender o que elas significam para seus negócios e, sempre que possível, enxergar as oportunidades que surgem com elas.

Foi com esse espírito que, em julho, realizamos o evento de lançamento do Selo de Conformidade Pagos, com a participação da Abracam e do Banco Central do Brasil. Mais do que lançar uma iniciativa, procuramos reafirmar uma convicção que considero fundamental para o futuro do nosso ecossistema: crescimento e inovação precisam caminhar ao lado de governança, segurança e conformidade.

Em agosto, avançamos nessa agenda trazendo para nossos associados Ivo Vieitas e Gilberto Martins para uma discussão sobre a Resolução BCB nº 522, os ajustes prudenciais e, sobretudo, os novos caminhos para o crescimento diante desse ambiente regulatório. A preocupação da Pagos não é apenas explicar uma norma. É ajudar nossos associados a compreender como continuar crescendo, estruturando seus negócios e encontrando oportunidades dentro de um sistema financeiro que naturalmente exige cada vez mais maturidade de seus participantes.

Essa maturidade também aparece nos números. As fintechs brasileiras deixaram definitivamente de ser apenas "desafiantes". Nubank, XP, Stone, PagBank, Inter, PicPay e Agibank somaram R\$ 8,94 bilhões de lucro líquido no segundo trimestre de 2026, crescimento de 15,3% em relação ao trimestre anterior. São empresas que ganharam escala, relevância e rentabilidade, mostrando a força do ecossistema que ajudamos a representar.

Mas os bancos tradicionais também não estão parados. Muito pelo contrário. Uma provocação feita pelo Bradesco neste final de agosto resume bem a próxima transformação que começa a aparecer no horizonte: e se o próximo cliente do banco for uma inteligência artificial?

A pergunta pode parecer futurista, mas bancos, bandeiras, fintechs e empresas de tecnologia já trabalham concretamente nessa direção. Visa e Mastercard desenvolvem iniciativas de pagamentos agênticos, instituições financeiras começam a preparar suas arquiteturas para agentes externos e o Brasil reúne condições muito particulares para avançar rapidamente nesse novo ambiente, combinando Pix, Open Finance, cartões, um ecossistema altamente competitivo e um consumidor extremamente aberto à inovação.

“

Um farol não determina o caminho de quem navega.

Mas ajuda a mostrar onde estão os riscos, as oportunidades e para onde o mercado está seguindo.

”

Por isso, além da agenda regulatória, a Pagos também dedicou agosto a olhar para a próxima fronteira tecnológica. Realizamos o webinar “PMEs na era dos agentes”, levando aos nossos associados e ao mercado a discussão sobre Comércio Agêntico e sobre como a inteligência artificial poderá mudar não apenas a maneira como compramos e pagamos, mas também como empresas serão encontradas, comparadas e escolhidas.

Durante muitos anos falamos de SEO – Search Engine Optimization: como preparar uma empresa para ser encontrada pelos mecanismos de busca. Agora começa a ganhar importância o AEO – Answer Engine Optimization. Se antes a disputa era para aparecer entre os primeiros resultados e conquistar o clique do consumidor, no mundo dos agentes talvez nem exista o clique. Uma inteligência poderá pesquisar, comparar preço, reputação e condições, escolher o fornecedor, definir a melhor forma de pagamento e concluir uma compra em nome do consumidor.

Isso tem enorme impacto para as PMEs e para todo o nosso ecossistema. Durante décadas ensinamos empresas a vender para pessoas. Depois, ensinamos a vender pela internet e pelas redes sociais. Agora precisaremos entender também como vender para pessoas representadas por agentes de inteligência artificial.

E o pagamento estará no centro dessa transformação. Tenho chamado de M.AI.Bundling um possível efeito desse novo ambiente sobre os serviços financeiros. A inteligência artificial poderá selecionar e combinar, em tempo real, o melhor cartão, conta, crédito, investimento ou meio de pagamento para determinada necessidade. O consumidor poderá continuar tendo seu banco ou fintech preferidos, mas seu agente poderá escolher outra instituição quando encontrar uma condição melhor.

Isso significa que a competição poderá ganhar uma nova dimensão: não bastará conquistar o cliente; será necessário continuar sendo escolhido. Preço, qualidade, segurança, reputação, dados estruturados, APIs, interoperabilidade e capacidade de integração ganharão ainda mais importância. E, quanto mais autonomia dermos aos agentes, maior será também a necessidade de identidade, consentimento, governança e segurança.

É exatamente por isso que as agendas que a Pagos vem desenvolvendo não são independentes. Conformidade, regulação, crescimento e tecnologia fazem parte da mesma discussão.

Em julho, colocamos conformidade e governança no centro da mesa. Em agosto, discutimos os novos desafios prudenciais e os caminhos para continuar crescendo dentro deles. E, ao mesmo tempo, começamos a preparar nossos associados para uma transformação tecnológica e concorrencial que poderá mudar novamente a dinâmica do mercado financeiro e de pagamentos.

Esse é o papel que queremos desempenhar neste novo ciclo da Pagos. Não apenas representar nossos associados diante do mercado e dos reguladores, mas antecipar temas, aproximar pessoas, produzir conhecimento e ajudar nossas empresas a enxergar o que existe depois da próxima curva.

Um farol não determina o caminho de quem navega. Mas ajuda a mostrar onde estão os riscos, onde estão as oportunidades e para onde o mercado está seguindo. É assim que queremos continuar construindo a Pagos: ao lado dos nossos associados, olhando o presente e iluminando o que vem pela frente.

REGULAÇÃO NO CENTRO DO JOGO

CÂMBIO E PAGAMENTOS ENTRAM EM UMA NOVA ERA DE CONFORMIDADE

Painel da PAGOS reuniu Banco Central, ABRACAM e lideranças do setor para debater inovação, supervisão e confiança no ecossistema de pagamentos

► Livia Ikeda, Assessoria de Imprensa



A expansão dos serviços financeiros digitais colocou a confiança no centro da agenda do mercado de pagamentos. Em um ambiente em que o dinheiro circula de forma cada vez mais rápida e por diferentes canais, instituições, reguladores e entidades setoriais exercem papéis cada vez mais complementares na construção de mecanismos capazes de conciliar inovação, crescimento e segurança.

Esse foi um dos principais pontos discutidos no painel da PAGOS – Associação Brasileira do Ecossistema de Pagamentos realizado em 29 de julho, que contou com a participação de **Gerson Romantini**, Chefe de Divisão de Supervisão de PLD-FT do Banco Central do Brasil e **Kelly Gallego Massaro**, Presidente da Associação Brasileira de Câmbio (ABRACAM), e com a mediação de **Eduardo Pires**, Especialista em Expansão Internacional e em Meios de Pagamentos e **Luiz Carlos Pereira**, CEO da PAGOS.

Regulação precisa acompanhar inovação

**REUNIÃO
MENSAL**
PAGOS
e-magazine

A avaliação apresentada durante o painel foi que a regulação não deve ser vista apenas como um mecanismo de restrição ao mercado. Ao estabelecer parâmetros de atuação, o regulador cria condições para que instituições possam inovar dentro de limites conhecidos e com menor exposição a riscos sistêmicos.

Gerson Romantini conduziu uma análise fundamental sobre a articulação público-privada em PLD/FTP, ressaltando a importância da cooperação entre reguladores, associações e instituições para o fortalecimento dos programas de



Luiz Carlos Pereira, Kelly Massaro, Gerson Romantini e Eduardo Pires

“O desafio do mercado financeiro é encontrar o ponto de equilíbrio entre inovação e prudência. A regulação precisa estabelecer as bandas de rodagem para que o setor possa crescer, mas esse crescimento só é sustentável quando existe confiança, integridade e responsabilidade na circulação dos recursos”, afirma Eduardo Pires.

prevenção, monitoramento e combate à lavagem de dinheiro. Também destacou o papel do Selo na uniformização das melhores práticas e na consolidação de padrões mais consistentes dentro das instituições financeiras e de pagamento.

Selo amplia avaliação de controles e conformidade

Nesse contexto, a reunião também colocou em evidência a evolução do Selo de Conformidade em PLD/FTP, criado pela ABRACAM em 2020, em alinhamento à Circular BCB nº 3.978. A iniciativa passou por diferentes etapas de expansão e hoje contempla novas categorias do sistema financeiro e de pagamentos. A proposta é que o selo funcione não apenas como uma certificação, mas como instrumento de avaliação da existência, adequação e efetividade dos controles internos.



Em janeiro de 2026, a ABRACAM apresentou a nova etapa do Selo como um instrumento de autorregulação para o Sistema Financeiro Nacional e o Sistema de Pagamentos Brasileiro, complementar à supervisão estatal.

“A conformidade precisa deixar de ser percebida apenas como uma obrigação regulatória e passar a fazer parte da estratégia das instituições. O Selo ajuda a transformar a norma em prática, porque permite que os controles sejam avaliados, aprimorados e acompanhados de maneira contínua”, afirma Kelly Massaro.

Autorregulação ganha espaço diante da complexidade

A discussão ocorre em um momento em que a estrutura financeira brasileira se tornou mais diversificada. Bancos tradicionais passaram a conviver com instituições de pagamento, fintechs, empresas de tecnologia financeira e participantes ligados ao mercado de ativos virtuais, ampliando a quantidade de modelos de negócios e, consequentemente, os pontos de atenção regulatória.

Para Kelly Massaro, o amadurecimento do mercado passa pela capacidade de transformar esse processo em uma agenda permanente. “O setor financeiro brasileiro avançou muito em controles, governança e prevenção. O próximo passo é fazer com que a conformidade seja compreendida como uma ferramenta de fortalecimento do próprio negócio, capaz de proteger a instituição, seus clientes e a reputação de todo o mercado”, diz.

Tecnologia amplia alcance, mas exige governança

A expansão tecnológica foi destacada como fator decisivo para o avanço dos pagamentos digitais. O Pix, criado pelo Banco Central, tornou-se exemplo de infraestrutura capaz de alterar o comportamento dos consumidores e ampliar o acesso a serviços financeiros em escala nacional.

Dados do Banco Central mostram que mais de 170 milhões de pessoas físicas – cerca de 80% da população – já utilizaram o sistema, com mais de 7 bilhões de transações em janeiro de 2026 e recorde diário de 313,3 milhões em dezembro de 2025. Ao longo do debate, os participantes do painel da PAGOS ressaltaram que tecnologias como inteligência artificial, análise de dados e automação serão essenciais para monitorar operações, identificar padrões suspeitos e prevenir fraudes, garantindo governança em um ambiente cada vez mais digitalizado.



Gerson Romantini



Kelly Massaro



Luiz Carlos Pereira



Eduardo Pires

A MAIOR PARCERIA ENTRE ASSOCIAÇÕES DO SETOR FINANCEIRO



SELO DE
CONFORMIDADE
EM PLD-FTP

Confiança passa a ser ativo estratégico

Para Luiz Carlos Pereira, Diretor Executivo da PAGOS, o amadurecimento do ecossistema de pagamentos exige uma mudança na forma como o setor encara compliance e reputação.

“A confiança é um ativo econômico. Quando uma instituição demonstra que possui controles efetivos, que conhece seus riscos e que está disposta a ser avaliada, ela contribui não apenas para a própria reputação, mas para a credibilidade de todo o ecossistema de pagamentos”, afirma.

Para a PAGOS, o debate evidencia uma mudança importante na agenda do setor: em um ecossistema cada vez mais digital, veloz e interconectado, inovação e confiança deixam de ser objetivos separados. A capacidade de crescer estará cada vez mais associada à qualidade dos controles, à governança e à credibilidade das instituições que participam dessa infraestrutura.



Assista aqui a todo o painel



Conhecimento que evolui com o mercado

A PAGOS impulsiona o debate, gera conhecimento e prepara o mercado para a nova era dos pagamentos inteligentes.

1ª PUBLICAÇÃO



2ª PUBLICAÇÃO



3ª PUBLICAÇÃO (NOVO EBOOK)



Conteúdo técnico
de alta relevância



Liderança que
impulsiona o mercado



Novas publicações,
mais conhecimento,
mais impacto

MAIS CONHECIMENTO. MAIS CAPACITAÇÃO. MAIS IMPACTO.

Por um ecossistema de pagamentos mais inteligente e preparado para o futuro.

PAGOS amplia a participação do setor de pagamentos na construção da Reforma Tributária

Convite da Receita Federal para o projeto piloto evidencia a relevância da articulação técnica e da participação ativa dos associados

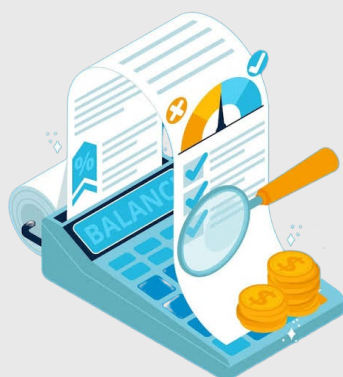
► **Pedrina Braga**, Diretora Executiva de Produtos e Serviços | PAGOS



► **Kaliane Abreu**, Coordenadora do GT Reforma Tributária da PAGOS | Escritório Alma Law



A implementação da Reforma Tributária exige mais do que a edição de normas: requer diálogo contínuo entre o poder público e os agentes que conhecem, na prática, a complexidade tecnológica e operacional do mercado.



Nesse contexto, a PAGOS vem consolidando seu papel como ambiente de articulação, produção técnica e construção coletiva para o ecossistema de pagamentos. A Associação reúne instituições reguladas, empresas de tecnologia, prestadores de serviços, consultorias, escritórios especializados e profissionais que atuam em diferentes elos da cadeia. Essa diversidade permite analisar os impactos regulatórios e tributários de forma concreta, considerando modelos de negócio, fluxos financeiros, sistemas, obrigações acessórias e desafios de implementação.

A atuação da PAGOS é estruturada por comitês e grupos de trabalho temáticos, com participação direta dos associados. Nesses fóruns, especialistas compartilham experiências, identificam riscos, organizam dúvidas e desenvolvem materiais aplicáveis à realidade das empresas. O propósito não é apenas acompanhar mudanças normativas, mas traduzir seus efeitos para o mercado, apoiar a preparação das instituições e levar contribuições qualificadas aos órgãos competentes.

Da discussão técnica à participação efetiva

No âmbito da Reforma Tributária, essa dinâmica ganhou especial relevância. A transformação do sistema de tributação sobre o consumo terá reflexos sobre documentos fiscais, sistemas de gestão, conciliações, contratos, precificação, prestação de informações e relacionamento entre participantes da cadeia. Para o setor de pagamentos, a agenda demanda atenção adicional à diversidade dos modelos operacionais e à integração entre as camadas financeira, tecnológica e fiscal.

Por isso, a PAGOS organizou uma frente específica de trabalho, promoveu encontros técnicos e mobilizou seus associados para acompanhar a regulamentação e os projetos de implementação. A agenda vem sendo construída de forma colaborativa, com participação de profissionais das áreas tributária, jurídica, regulatória, tecnológica, contábil e operacional. Essa abordagem multidisciplinar é essencial para que as discussões não permaneçam apenas no plano conceitual e possam ser convertidas em providências, testes e ajustes de sistemas.

Um resultado concreto dessa mobilização foi a participação das empresas associadas no projeto piloto relacionado à Reforma Tributária. A PAGOS divulgou a oportunidade e mobilizou sua base; a partir dessa iniciativa, AML Reputacional, Lyra, MMAB Business Consulting, Revenu Tech e RTM manifestaram interesse e se apresentaram para o piloto, recebendo posteriormente o convite da Receita Federal. A iniciativa aproxima empresas que atuam no ecossistema das etapas práticas de validação e contribui para que diferentes experiências tecnológicas e operacionais sejam consideradas no processo de implementação.

Reconhecimento institucional e responsabilidade

A oportunidade de participação no projeto-piloto amplia a aproximação entre a Receita Federal, o Serpro e as empresas que integram o ecossistema representado pela PAGOS. No contexto mais amplo da implementação da Reforma Tributária do Consumo, esse diálogo também se relaciona com a atuação do Comitê Gestor do IBS, responsável, em conjunto com a Receita Federal, por importantes definições normativas e técnicas do novo sistema.

Essa aproximação é especialmente relevante diante da velocidade de evolução das tecnologias e dos modelos de negócio do setor de pagamentos, que impõe ao ambiente regulatório e tributário o desafio permanente de acompanhar novas estruturas, fluxos operacionais e formas de prestação de serviços.

Ao mobilizar seus associados para o projeto-piloto, a PAGOS contribuiu para a criação de um canal qualificado de interlocução com a Receita Federal e o Serpro. Nesse ambiente, as empresas participantes podem compartilhar dúvidas, desafios e preocupações de natureza tecnológica, operacional e tributária, além de colaborar na realização de testes e no aprimoramento das soluções que darão suporte à implementação da CBS.

O convite às associadas que se apresentaram para o piloto sinaliza, portanto, o reconhecimento da capacidade da PAGOS de mobilizar participantes qualificados e de atuar como interlocutora na construção de soluções. Os testes permitem identificar dificuldades,

inconsistências e necessidades de aprimoramento antes da adoção ampla das novas rotinas, reduzindo riscos de interpretação, retrabalho e custos de adequação.

A iniciativa ganha ainda mais relevância diante do processo contínuo de regulamentação. Conforme previsão informada no âmbito das discussões técnicas, está prevista para outubro a publicação de uma segunda versão do regulamento da Reforma Tributária, além da edição de mais de 100 atos conjuntos pela Receita Federal e pelo Comitê Gestor do IBS. Esse cenário reforça a importância de uma participação ativa e qualificada do setor durante a construção das regras, dos sistemas e dos procedimentos que sustentarão a implementação.

Nesse contexto, o projeto-piloto representa uma oportunidade concreta para que a experiência dos associados contribua para soluções mais aderentes à realidade dos novos modelos de negócio e para o aperfeiçoamento da regulamentação. Também demonstra a importância do associativismo em agendas de elevada complexidade: por meio da Associação, experiências distintas são consolidadas, pontos de convergência são identificados e as contribuições técnicas ganham maior consistência e representatividade.

Cabe destacar que a apresentação e a participação no piloto não constituem chancela comercial nem certificação das empresas participantes. Seu valor está na possibilidade de colaboração técnica e no compromisso de compartilhar aprendizados que possam beneficiar o conjunto do setor. Essa distinção preserva a transparência da iniciativa e reforça o caráter institucional da atuação da PAGOS.

Associados como protagonistas

A participação dos associados dá vida a essa estrutura: são eles que trazem casos reais, antecipam impactos e contribuem com conhecimento especializado. A PAGOS coordena essas contribuições e as transforma em agenda técnica e interlocução institucional, fortalecendo a preparação das empresas e a representatividade do setor.

Os próximos passos envolvem acompanhar o piloto, sistematizar os aprendizados e manter o diálogo com a Receita Federal e os demais atores envolvidos. A PAGOS continuará estimulando a participação dos associados e promovendo conteúdos e encontros que auxiliem as instituições na jornada de adequação.

A Reforma Tributária é uma mudança estrutural, com efeitos que serão sentidos ao longo dos próximos anos. Para enfrentá-la com segurança, o mercado precisa de coordenação, conhecimento aplicado e canais permanentes de diálogo. Ao conectar poder público, empresas e especialistas, a PAGOS reafirma sua missão de contribuir para um ecossistema de pagamentos mais preparado, inovador e aderente às novas exigências do país.



Bem-Vindo aos Novos Associados

É com grande satisfação que damos as boas-vindas
aos novos associados da **PAGOS**.



ALMEIDA 
CONSULTORIA



NRSN
ADVOGADOS
NOSÉ RUSSO SUTTO
NASCIMENTO MARTINEZ

OKTO.PAYMENTS



* Novos associados entre 29/07 e 20/08/26



Feliz Aniversário

Associados **PAGOS** que celebram em **setembro**

Celebramos as pessoas que fazem parte da nossa história.

Desejamos muita **saúde**, **alegria** e **sucesso** a todos os nossos associados!

14

setembro

Ricardo Albregard

19

setembro

Henrique Takaki

18

setembro

Marcio Gonçalves
Campos Filho

20

setembro

Vagner Rodrigues

18

setembro

Márcio José Jesus
Almeida Campos

22

setembro

Antônio Cândido Neto

18

setembro

Barbara Ribeiro

23

setembro

Guilherme de Oliveira Dutra

19

setembro

Marcelo Rodrigues
da Silva

29

setembro

Fábio Lacerda

19

setembro

Sandro Ari Pinto

30

setembro

Willian Alves dos Santos



Você comemora seu aniversário em **setembro e seu nome não está aqui?**

Mande um email para adm@pagos.org.br e nos informe!

Queremos celebrar com você, também 



PAGOS

Juntos, construímos mais.



/ O banco das fintechs



Soluções Bancárias para o seu negócio

via White Label e APIs

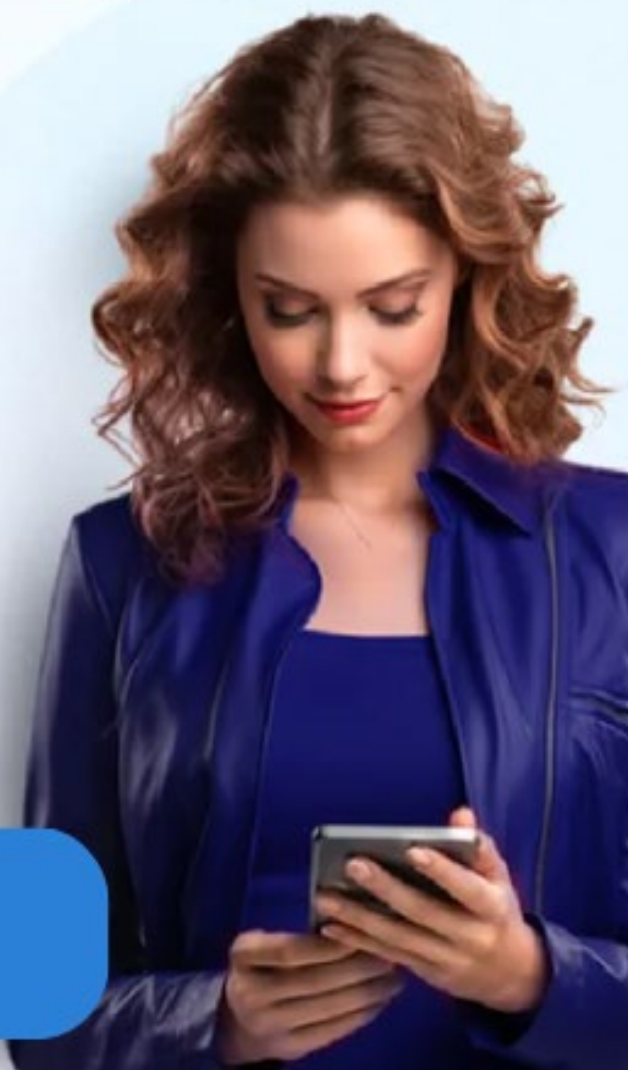
**Bureaus e
Motor de Crédito**

**Produtos de
Crédito**

**Gestão de
Cobranças**

**Banking as
a Service**

**Nós construímos
junto com você!**



PMEs na era dos agentes: o que muda quando a IA passa a pesquisar, recomendar e comprar

Webinar da PAGOS reuniu TNS, Banco do Brasil e Sebrae para discutir os impactos do comércio agêntico e como as PMEs podem se preparar.

► Ernesto Haikewitsch, Diretor Executivo de Marketing | PAGOS



PMEs na era dos agentes

Quem vai liderar a próxima onda do comércio?



Webinar online com especialistas



Assista no
YouTube da PAGOS

<https://www.youtube.com/watch?v=7fprHILwbcY>



Linconl Rocha
Presidente, PAGOS



Valéria Carrete
Diretora Comercial, TNS



Pedro Bramont
Diretor de Inteligência Aplicada,
Banco do Brasil



Cadu Santiago
Gerente de Unidade de
Acesso a Mercados,
SEBRAE Nacional

Iniciativa do Grupo de Trabalho
de Comércio Agêntico da PAGOS

O comércio eletrônico está entrando em uma nova etapa. Depois da loja física, dos buscadores, dos aplicativos e das plataformas digitais, começam a ganhar espaço os agentes de inteligência artificial capazes de pesquisar, comparar, recomendar, negociar e, em determinadas situações, executar compras em nome de pessoas e empresas.

Foi esse o ponto de partida do webinar “**PMEs na era dos agentes: quem vai liderar a próxima onda do comércio?**”, realizado pela PAGOS em 19 de agosto. O encontro reuniu **Valéria Carrete**, Diretora Comercial da TNS; **Pedro Bramont**, Diretor de Inteligência Aplicada do Banco do Brasil; e **Cadu Santiago**, Gerente da Unidade de Acesso a Mercados do Sebrae Nacional, com mediação de **Linconl Rocha**, Presidente da PAGOS.

O objetivo foi discutir o comércio agêntico sob a perspectiva das pequenas e médias empresas, levando o tema além das grandes plataformas de tecnologia e aproximando-o da realidade de quem precisa vender, atender clientes, gerir margens, organizar produtos e competir em um ambiente cada vez mais digital.

A própria origem do webinar reflete essa preocupação. Valéria explicou que o conteúdo é resultado das discussões do **Grupo de Trabalho de Comércio Agêntico da PAGOS**, criado para reunir profissionais do setor e analisar o tema sob a perspectiva do mercado brasileiro. Durante os trabalhos, o grupo identificou uma oferta ainda limitada de conteúdo estruturado especificamente para PMEs diante das novas tecnologias.

Do comércio digital ao comércio delegado

Pedro Bramont apresentou uma definição ampla de comércio agêntico: um ambiente no qual agentes de IA passam a **pesquisar, comparar, recomendar e até executar compras**, dentro do nível de autonomia autorizado pelo consumidor ou pela empresa.

A mudança não está apenas no uso de uma nova interface. Ela altera a própria lógica de descoberta e decisão.

No modelo tradicional do comércio eletrônico, o consumidor acessa um buscador, site, aplicativo ou marketplace, avalia alternativas e realiza a compra. No comércio agêntico, parte desse trabalho pode ser delegada.



Pedro Bramont, Banco do Brasil

Em vez de pesquisar televisores individualmente, por exemplo, o consumidor poderá informar ao agente o tamanho da sala, orçamento, localização e preferências. O sistema poderá avaliar dimensões adequadas, preço, assistência técnica e disponibilidade antes de apresentar as alternativas. O mesmo raciocínio pode ser aplicado a restaurantes, viagens, serviços profissionais e inúmeras outras categorias.

Nesse ambiente, explicou Bramont, o consumidor deixa de formular necessariamente um pedido por um produto específico e passa a **declarar um objetivo**. O agente assume parte da tarefa de identificar as melhores alternativas para alcançá-lo.

Ser encontrado já não será suficiente

Uma das principais mudanças apresentadas por Bramont foi a passagem da **descoberta para a recomendação**.

Na internet tradicional, estar bem posicionado em um buscador pode ser suficiente para que o consumidor encontre uma empresa e considere sua oferta. No modelo agêntico, aparecer entre os resultados não garante que a empresa será apresentada ao usuário.

O agente poderá aplicar critérios relacionados a preço, localização, reputação, histórico, condições comerciais, disponibilidade e contexto do comprador antes de selecionar as opções que efetivamente serão recomendadas.

Isso também altera a relação entre marketing e confiança.

Agentes de IA não são persuadidos da mesma maneira que consumidores por imagens, frases publicitárias ou técnicas tradicionais de marketing. A capacidade de uma empresa demonstrar **reputação verificável, histórico de atendimento, cumprimento de prazos e qualidade operacional** tende a ganhar peso adicional.

“Confiança”, nesse ambiente, precisa deixar rastros digitais que possam ser interpretados pelos sistemas.

A lógica vale igualmente para a operação. Uma empresa pode estar presente digitalmente e ainda assim não estar preparada para uma transação conduzida por agentes. Processos que exigem troca de e-mails, cadastros manuais ou intervenções humanas no checkout podem se transformar em barreiras.

A discussão introduziu, nesse contexto, o conceito de AEO — Agent Engine Optimization, numa analogia ao SEO utilizado para buscadores. A ideia é estruturar informações e presença digital de forma que produtos e empresas possam ser compreendidos e considerados também pelos agentes.

Para as PMEs, uma oportunidade de competir de outra forma

Um dos pontos recorrentes do webinar foi que o comércio agêntico não deve ser visto como um tema exclusivo das grandes empresas.

Bramont argumentou que pequenas empresas especializadas, com bons produtos, posicionamento claro e elevada prontidão digital, podem inclusive se beneficiar de forma relevante. Um agente interessado em atender a uma necessidade muito específica pode encontrar uma pequena empresa de nicho que o consumidor jamais teria descoberto pelos caminhos tradicionais.

Nesse cenário, orçamento de mídia e notoriedade de marca deixam de ser os únicos fatores capazes de influenciar a descoberta.



Valéria Carrete, TNS

Valéria Carrete reforçou essa perspectiva ao classificar o comércio agêntico como um movimento potencialmente democratizador. Para a executiva, a preparação não exige necessariamente investimentos milionários em infraestrutura. Começa por tarefas muito mais básicas: administrar bem o negócio, descrever corretamente produtos e serviços, conhecer o público-alvo e explicitar a proposta de valor.

Segundo Valéria, a oportunidade também não se limita ao varejo B2C. Agentes podem assumir papel crescente nas jornadas de compra B2B, auxiliando empresas na seleção de fornecedores, serviços e soluções empresariais. Ela citou, durante o painel, pesquisas indicando que compradores corporativos já utilizam ferramentas de IA para apoiar processos de busca e seleção.

Antes de automatizar, organizar

Outro eixo importante do debate foi a necessidade de separar **adoção tecnológica de preparação empresarial**.

Para delegar decisões a um agente, uma empresa precisa transformar regras que muitas vezes estão apenas na cabeça do proprietário em critérios objetivos.

Quanto de desconto pode ser concedido? Para quais clientes? Em quais produtos? Qual é a margem mínima? Quando oferecer um produto adicional? Que condições de pagamento podem ser aceitas? Há possibilidade de negociação por quantidade?

Ao explicitar essas regras, observou Bramont, a empresa melhora sua própria gestão, mesmo que nenhuma venda seja imediatamente realizada por meio de agentes.

A preparação apresentada no webinar foi organizada em etapas.

A primeira é a **clareza gerencial**: conhecer margens, política de preços, condições de entrega e fundamentos da operação.

Depois vem a integração entre informações financeiras, histórico comercial, cadastro de clientes e presença digital.

A terceira etapa é a **inteligência comercial**, na qual regras de decisão, segmentação, descontos, upsell e demais critérios precisam estar descritos de maneira consistente.

Por fim chega a **prontidão agêntica**: a capacidade de a empresa ser encontrada, compreendida e transacionada por agentes com segurança.

A síntese apresentada por Bramont foi direta: **antes de automatizar, é preciso entender**.

O risco de perder relevância

Na avaliação apresentada pelo Banco do Brasil, o maior risco para uma PME não é necessariamente competir contra um agente.

O risco é competir contra **outra empresa que saiba utilizar agentes melhor**.

Se uma empresa não estiver estruturada para ser considerada pelos sistemas que passam a intermediar a decisão do consumidor, poderá gradualmente perder relevância. Isso também pode aumentar sua dependência de intermediários e plataformas para alcançar clientes.

Dá a importância de tornar produtos, serviços, diferenciais, condições e reputação compreensíveis em ambiente digital.

Um exemplo citado foi o de um escritório de contabilidade especializado em franquias. Caso essa especialização não esteja claramente descrita em seu catálogo digital, um agente encarregado de encontrar “um contador especializado em franquias e bem avaliado” pode simplesmente não considerá-lo.

Uma transação que já aconteceu

Para mostrar que o assunto já ultrapassou a etapa puramente conceitual, Bramont relatou um piloto realizado pelo Banco do Brasil em conjunto com a Visa.

O teste envolveu uma compra real iniciada a partir de um comando para aquisição de uma caixa de cerveja abaixo de determinado valor e com entrega dentro de 24 horas.

A transação percorreu a infraestrutura de pagamentos, utilizou cartão tokenizado, mecanismos de autenticação e validação e exigiu uma confirmação adicional do usuário no aplicativo do banco.

O caso também ilustrou um aspecto essencial dos agentes: eles trabalham dentro dos parâmetros que recebem. A compra cumpriu as condições informadas, mas o produto não chegou gelado — requisito que não havia sido especificado no comando.

O exemplo ajuda a mostrar por que **contexto, regras e limites de autonomia** serão componentes centrais das transações agênticas.

Segurança, governança e responsabilidade

O aumento da autonomia dos sistemas também cria questões que ainda precisam ser endereçadas.

Bramont destacou temas de **governança, segurança e responsabilização**. Se um agente interpretar incorretamente uma instrução ou uma transação apresentar algum problema, será necessário definir responsabilidades entre consumidor, agente, plataforma, comerciante e provedor de pagamento.

Na avaliação apresentada no webinar, algum nível de regulamentação será necessário para estabelecer confiança entre as partes e permitir a expansão segura desse modelo.

O tema também afeta diretamente instituições financeiras e empresas de pagamento.

Segundo Bramont, agentes poderão não apenas escolher entre cartão e Pix, mas eventualmente incorporar outros serviços financeiros à própria compra, incluindo modalidades de crédito ou financiamentos associados a transações de maior valor.



O desafio da maturidade digital das pequenas empresas

Cadu Santiago trouxe para o painel a perspectiva do Sebrae Nacional e dados sobre o estágio atual dos pequenos negócios. Segundo números apresentados por ele, o índice de maturidade digital acompanhado pelo Sebrae está em **37 pontos de um total de 80**, após avançar de 35 para 37 no período anterior.

Outro levantamento citado apontou que aproximadamente **46% das pequenas empresas pesquisadas já utilizavam algum tipo de inteligência artificial na operação**, mas ainda principalmente em aplicações mais simples, como comunicação e produção de conteúdo, e não em processos sofisticados ligados ao comércio agêntico.



Cadu Santiago, Sebrae Nacional

Cadu também destacou que uma parcela relevante dos pequenos negócios ainda não vende online. Segundo pesquisa mencionada no webinar, **32% ainda não realizam vendas digitais**. Entre os que vendem, muitos administram sozinhos a operação digital.

Esse cenário reforça a necessidade de combinar o debate sobre agentes com iniciativas mais amplas de digitalização, capacitação e gestão.

Sebrae aposta em capacitação e implementação prática

Para Cadu, a preparação precisa ser conduzida de forma pragmática.

O Sebrae vem trabalhando com iniciativas de letramento em IA e marketing digital, além de parcerias com mercado e academia. Durante o webinar, foram mencionados projetos com o Google e com o **Centro de Excelência em Inteligência Artificial da Universidade Federal de Goiás — CEIA**.

Uma das linhas estudadas é simplificar ao máximo a entrada dos pequenos negócios nesse ambiente. Cadu mencionou, por exemplo, a possibilidade de utilização do **WhatsApp** como interface para que empresários forneçam fotos, descrições e informações de produtos e serviços que possam posteriormente ser estruturadas para o comércio agêntico.

O Sebrae também prevê pilotos em segmentos específicos, entre eles o varejo de moda.

Outra frente é a capacitação dos **Agentes Locais de Inovação**, que atendem empresas presencialmente em diferentes regiões do país e poderão apoiar o uso de IA e, futuramente, soluções associadas ao comércio agêntico.

A analogia utilizada por Cadu foi com o Pix. Nos primeiros momentos, ainda era difícil dimensionar o impacto que o novo meio de pagamento teria para pequenos negócios. Poucos anos depois, tornou-se parte do cotidiano dessas empresas. Para ele, a velocidade de adoção do comércio agêntico merece atenção semelhante.

Um novo papel também para o consumidor

O debate abordou ainda uma possibilidade adicional: agentes podem permitir que consumidores incorporem outros valores aos critérios de compra.

Cadu citou como exemplo iniciativas de valorização do pequeno comércio. Um consumidor poderia determinar em seu prompt que o agente dê preferência a estabelecimentos de seu bairro, cidade ou região, desde que atendidos outros critérios de preço, qualidade e conveniência.

Nesse caso, a inteligência artificial não seria utilizada apenas para encontrar a oferta economicamente mais eficiente, mas também para refletir preferências relacionadas ao impacto da própria decisão de consumo.

O papel do ecossistema de pagamentos

Ao longo da mediação, Linconl Rocha destacou a relação direta entre comércio agêntico e o ecossistema representado pela PAGOS.

À medida que pequenas e médias empresas passam a ser encontradas e acionadas por agentes, aumenta também a necessidade de estarem digitalmente preparadas para completar a transação.

Para Linconl, empresas de pagamento, facilitadores, bancos e fintechs podem desempenhar papel relevante nessa evolução, utilizando a proximidade que já possuem com comerciantes para apoiar sua digitalização e integração a novas formas de comércio.

Sua síntese foi que, independentemente da transformação ocorrida na descoberta, recomendação ou negociação, a jornada continua desembocando no **checkout** — e, portanto, em uma infraestrutura financeira que precisa acompanhar a evolução.

Velocidade sem perder o básico

Ao comentar os trabalhos do GT, Valéria chamou atenção para a rapidez com que as interfaces de comércio vêm mudando.

A humanidade permaneceu durante séculos baseada na loja física. Em poucas décadas, passou pelos buscadores, aplicativos e agora chega aos agentes.

Apesar dessa velocidade, sua recomendação às empresas foi deliberadamente simples: **fazer o básico bem feito.**

Conhecer o público, administrar corretamente o negócio, explicar de maneira objetiva o produto, explicitar sua proposta de valor e organizar as informações necessárias para que terceiros — humanos ou máquinas — compreendam a oferta.

É justamente essa combinação entre simplicidade operacional e nova capacidade tecnológica que, na visão apresentada no webinar, pode abrir espaço para que empresas menores disputem oportunidades antes concentradas em organizações com maior capacidade de investimento.



Linconl Rocha, PAGOS

Preparar-se começa antes da primeira venda agêntica

Ao final do encontro, os participantes foram convidados a responder uma questão prática: **o que uma pequena empresa pode fazer já no dia seguinte?**

Cadu recomendou iniciar pelas trilhas de capacitação em IA e gestão digital disponíveis no Sebrae e combinar esse aprendizado com o material produzido pelo Grupo de Trabalho da PAGOS.

Bramont sugeriu utilizar o guia como instrumento de diagnóstico e começar pelas etapas mais básicas de gestão e presença digital. A partir daí, o empresário poderá avaliar fornecedores e soluções tecnológicas com maior clareza sobre o que precisa perguntar e contratar.

Valéria convidou empresas, fintechs e profissionais do ecossistema a participarem das discussões do Grupo de Trabalho, trazendo dúvidas, oportunidades e experiências práticas. Segundo ela, o objetivo é organizar conhecimento que permita compreender melhor os possíveis caminhos dessa transformação.

O GT já havia produzido uma nota técnica, um primeiro eBook de introdução ao comércio agêntico, exercícios de cenários prospectivos e acaba de lançar o **guia voltado às PMEs** apresentado durante o webinar.

A mensagem que encerrou o encontro resume a proposta do trabalho: **a preparação para o comércio agêntico começa muito antes de um agente realizar a primeira compra**. Começa quando a empresa organiza sua gestão, estrutura sua presença digital, explicita suas regras comerciais e passa a se preparar para uma economia na qual parte crescente das decisões poderá ser delegada à inteligência artificial.



Assista ao Webinar integralmente em
<https://www.youtube.com/watch?v=7fprHILwbcY>



Quatro futuros para o comércio agêntico no Brasil — e uma decisão que o Banco Central não deveria adiar

Uma leitura do exercício de cenários prospectivos do GT de Comércio Agêntico e Pagamentos da PAGOS

Todo executivo de pagamentos já ouviu falar de **comércio agêntico**. Poucos, no entanto, têm hoje uma resposta objetiva para a pergunta que realmente importa para o planejamento de médio prazo: **qual efeito esse movimento vai produzir no mercado, e o que isso muda para quem está envolvido no mundo dos pagamentos?**

Foi para responder a essa pergunta — não com previsão, mas com método — que o **GT de Comércio Agêntico & Pagamentos da PAGOS** conduziu, ao longo de 2026, um exercício de cenários prospectivos com horizonte em 2031. A base foi uma pesquisa estruturada com mais de 35 especialistas do setor de pagamentos, seguida de uma análise cruzada de variáveis (motricidade e dependência) para identificar quais fatores realmente movem o sistema e quais são apenas consequência. O resultado reduziu um universo de possibilidades a dois eixos de incerteza genuína — e a quatro futuros plausíveis, cada um com implicações comerciais concretas.

Este artigo apresenta esses quatro cenários e conecta o exercício a uma decisão regulatória específica que, segundo o próprio GT, funciona como um importante pivô entre eles: o enquadramento que o Banco Central vai dar aos agentes de IA que iniciam pagamentos.

Quatro futuros para o comércio agêntico no Brasil — e uma decisão que o Banco Central não deveria adiar

Os dois eixos que definem o jogo

A análise cruzada de variáveis do GT identificou dois eixos com maior poder explicativo sobre o futuro do comércio agêntico no Brasil:

- **Arquitetura do ecossistema** — de um extremo fechado e concentrado (poucas plataformas controlam a jornada) a um extremo interoperável e distribuído (múltiplos agentes, portabilidade de mandato entre eles).
- **Papel da regulação** — de reativa/incerta (o regulador observa e só age depois que o mercado já se formou) a habilitadora/estruturante (o regulador antecipa regras, como fez com o Pix).

Cruzando esses dois eixos, o GT chegou a quatro cenários. Nenhum deles é uma previsão. São, na definição do próprio grupo, histórias plausíveis desenhadas para testar decisões estratégicas — não para acertar o futuro, mas para não ser pego de surpresa por nenhuma de suas versões.

Quatro Futuros do Comércio Agêntico no Brasil (horizonte 2031)



Cenário 1 — Rede Confiável (regulação habilitadora + ecossistema distribuído)

Neste cenário, o Banco Central repete com o comércio agêntico o movimento que fez com o Pix: antecipa-se, publica consulta pública sobre agentes iniciadores de transação, cria uma categoria regulatória de identidade de agente (uma espécie de "Know Your Agent" com respaldo formal) e estende a lógica do Pix Automático para mandatos granulares — categoria de compra, limite por transação, janela temporal, marcas permitidas.

O efeito de mercado é significativo: nenhum agente é dono da porta de entrada, porque o custo de trocar de agente é baixo por desenho. A captura de valor se distribui, com margens comprimidas na camada de infraestrutura — quem preserva posição é quem tem dado proprietário e reputação (lojistas com catálogo qualificado, emissores que competem por benefício estruturado). É o cenário de maior volume total, mas de menor renda extraordinária por participante: o bolo cresce, as fatias se estreitam.

Para quem processa e distribui pagamentos, este é o cenário mais favorável a modelos de receita baseados em escala e menos dependentes de posições de gatekeeper.



Cenário 2 — Jardins Regulados (regulação habilitadora + ecossistema fechado)

Aqui o regulador age — mas o efeito colateral da regulação é concentrador. Exigências pesadas de homologação (certificação, capital, auditoria contínua, seguro de responsabilidade) acabam sendo cumpridas apenas por poucos players. O resultado são dois ou três "jardins murados" bem regulados, cada um combinando uma plataforma de IA, bandeiras e emissores âncora.

A experiência dentro do jardim é segura e a autonomia do agente é alta — mas o mandato do consumidor não é portátil: trocar de ecossistema significa reconfigurar tudo. A captura de valor se concentra nos donos dos jardins, que cobram taxa de acesso do lojista e taxa de presença do emissor. Para o lojista pequeno, a escolha se assemelha à que já conhece dos marketplaces: pagar para participar ou ficar invisível.

Para bandeiras e emissores, este é o cenário que mais recompensa quem consegue construir ou entrar cedo em um consórcio certificado — e que mais penaliza quem chega depois que os jardins já estão formados.



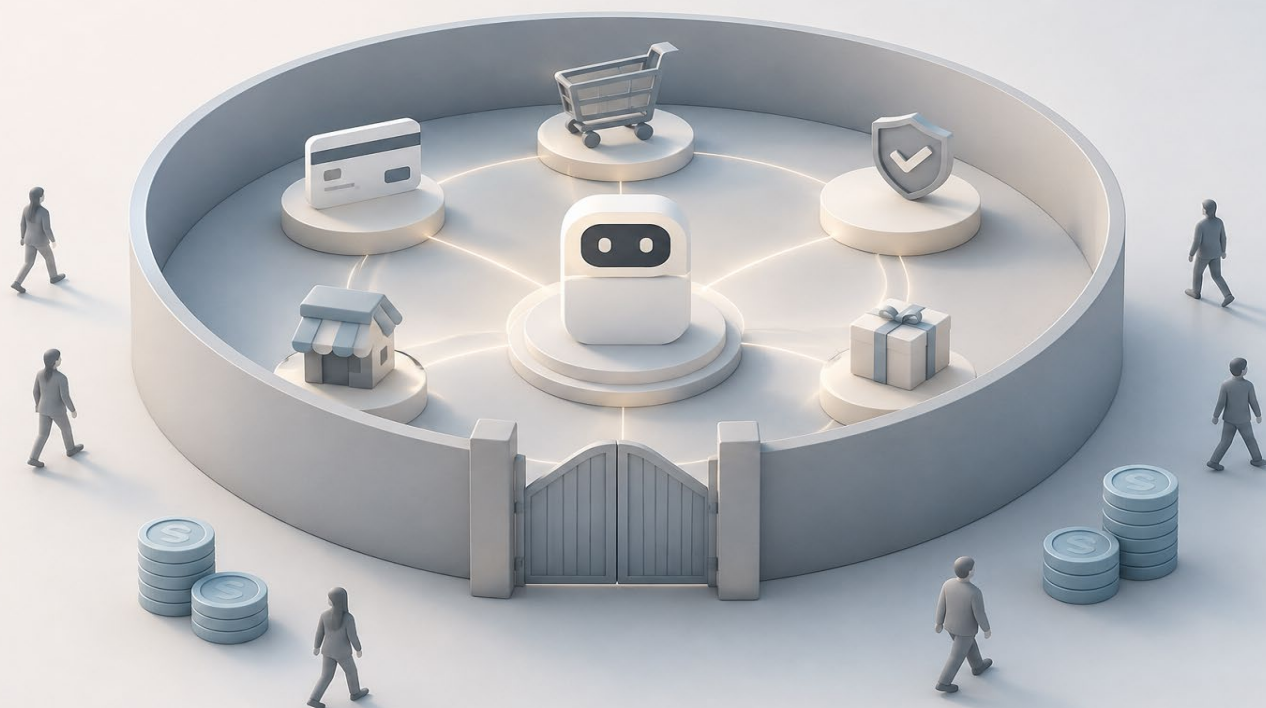
Cenário 3 — Plataformas Soberanas (regulação reativa + ecossistema fechado)

Este é, segundo a leitura mais recente do GT, o quadrante para onde o Brasil está derivando hoje — não por descaso do regulador, mas por espera (voltamos a esse ponto adiante).

Neste cenário, o Banco Central mantém o foco em Pix, Open Finance e Drex, e o comércio agêntico simplesmente não entra na agenda regulatória enquanto o mercado se forma sozinho. No vácuo, duas ou três plataformas globais de IA — com protocolos proprietários e acordos comerciais diretos com bandeiras e grandes varejistas — tornam-se a porta de entrada de fato do comércio agêntico no país. Quando o regulador finalmente se movimenta, encontra uma estrutura já consolidada: regular passa a significar negociar com posições de força já estabelecidas, não desenhar o mercado do zero.

A captura de valor é a mais assimétrica dos quatro cenários: as plataformas de IA monetizam a posição de intermediário final — taxa sobre transação referenciada, ranqueamento pago de ofertas (uma forma de publicidade que passa a existir dentro do próprio agente, invisível ao consumidor), venda de acesso à lista curta de fornecedores e de cartões. O lojista vira essencialmente fornecedor de catálogo e logística, sem relação direta com o cliente final. Emissores pagam para ter presença na carteira do agente. Bandeiras negociam de posição enfraquecida.

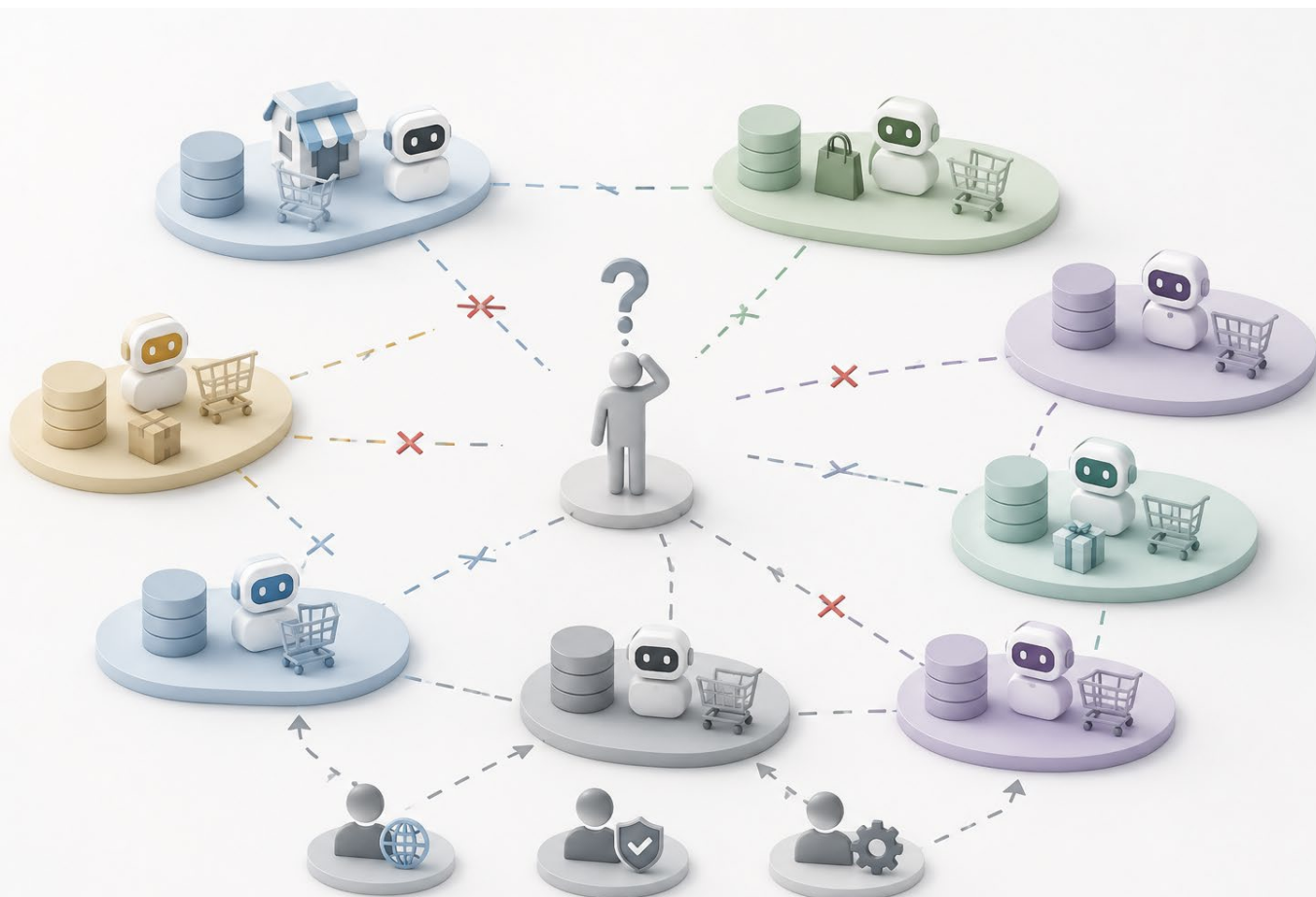
É, na leitura do GT, o cenário de maior transferência de valor do ecossistema de pagamentos local para players globais — e o motivo pelo qual a decisão regulatória descrita a seguir importa tanto.



Cenário 4 — Experimentação Fragmentada (regulação reativa + ecossistema fragmentado)

No quarto cenário, nem o regulador estrutura, nem o mercado consolida um padrão dominante. Múltiplos protocolos coexistem sem convergência, sem que nenhum vença nem que uma governança comum os harmonize. O resultado é uma interoperabilidade apenas técnica — os sistemas trocam dados entre si, mas a confiança não atravessa as fronteiras entre eles, porque identidade de agente, mandato e responsabilidade não são portáteis.

O grau de autonomia efetivamente exercido pelo consumidor é o mais baixo dos quatro cenários: a tecnologia permite delegação plena, mas a ausência de um árbitro claro faz com que a maioria dos consumidores continue aprovando transação a transação. A promessa econômica do comércio agêntico só se realiza em bolsões fechados de relacionamento B2B, onde as partes já se conhecem. Para o restante do mercado, o custo de integrar múltiplos padrões incompatíveis supera o retorno — e quem ganha, relativamente, são os "tradutores": PSPs internacionais, provedores de antifraude e consultorias que cobram para conectar ilhas que não se falam.

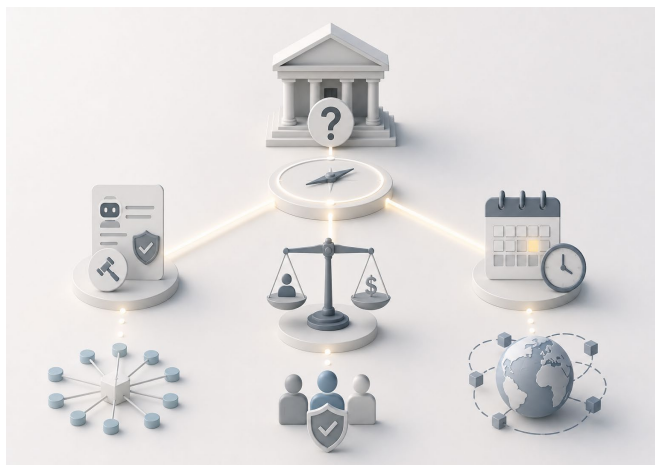


O pivô: o que o Banco Central ainda precisa decidir

O exercício de cenários do GT chega a uma conclusão que interessa diretamente a quem toma decisão de investimento no setor: **o fator isolado mais importante para saber em qual quadrante o Brasil vai efetivamente pousar é regulatório, não tecnológico ou comercial.**

Especificamente, três decisões do Banco Central concentram a maior parte da incerteza:

- **Enquadramento jurídico dos agentes de IA que iniciam pagamentos.** A regulação brasileira de iniciação de pagamentos por terceiros já existe — é a figura do ITP, dentro do Open Finance. A pergunta em aberto é se provedores de agentes de IA (das big techs a soluções verticais) serão equiparados a ITPs, sujeitos a autorização regulatória e regras específicas, ou se atuarão como provedores de tecnologia (TSPs) para ITPs já regulados, com a responsabilidade recaindo sobre estes últimos. A escolha entre essas duas rotas tem implicações estruturais diferentes para quem hoje já opera como ITP no Brasil.
- **Modelo de responsabilidade por erro do agente.** Quando um agente devidamente autenticado, operando dentro dos limites de um mandato criptográfico, ainda assim comete um erro — por interpretação equivocada de um comando ou falha de julgamento —, quem arca com o prejuízo? O lojista, o credenciador, o provedor do agente? Não existe hoje um modelo de liability shift consolidado para essa situação, e a resposta regulatória a essa pergunta vai definir como se precifica risco em toda a cadeia.
- **Timing da sinalização regulatória.** Segundo relatos do próprio Banco Central colhidos ao longo do processo, a autoridade está aguardando a tramitação do Marco Legal da IA (PL 2338, já aprovado no Senado e em votação na Câmara) antes de abrir régua própria sobre agentes de pagamento — uma postura que o GT descreve como "habilitador em espera", e não como omissão. Enquanto esse marco não avança, a janela regulatória favorece a consolidação de padrões de fato definidos por players globais fora do Brasil — o que empurra o mercado, na prática, para o Cenário 3. Quando o marco avançar, o vetor tende a girar para os cenários de regulação habilitadora (1 e 2).



Essa é a peça central do argumento: os Cenários 1 e 2, mais favoráveis à distribuição de valor no ecossistema local, dependem de uma janela regulatória que ainda não se abriu — e o Cenário 3, de maior concentração e transferência de valor para fora do país, é reforçado justamente pela demora. Não se trata de o Banco Central estar "atrasado"; trata-se de uma sequência de dependências legislativas que, na prática, tem um efeito de mercado concreto e mensurável.

O que isso significa para quem decide hoje

Para instituições financeiras, bandeiras, adquirentes, emissores e PSPs, a leitura mais recente do GT sugere uma recomendação prática, e não apenas descritiva: os sinais de mercado — adoção acelerada de protocolos proprietários por varejistas e PSPs internacionais, silêncio regulatório prolongado, concentração crescente do tráfego agêntico em poucas plataformas globais — já apontam, hoje, para uma trajetória de Cenário 3. Isso não significa que o mercado esteja condenado a esse desfecho, mas significa que a inércia tem direção, e essa direção não é a mais favorável ao ecossistema local de pagamentos.

A recomendação de hedge do próprio GT é objetiva: fortalecer o Pix com camada de mandato agêntico como ativo estratégico nacional, e adotar uma postura de articulação setorial — entre associações, bandeiras e reguladores — antes que os padrões globais se consolidem por completo, em vez de depois. Em outras palavras: o momento de influenciar qual dos quatro cenários se materializa é agora, enquanto o Marco Legal da IA ainda tramita e o desenho regulatório dos agentes de pagamento ainda está, de fato, em aberto.

Um convite ao debate

Cenários prospectivos não substituem decisão estratégica — eles a informam. O trabalho do GT de Comércio Agêntico & Pagamentos da PAGOS não tem a pretensão de prever qual dos quatro futuros vai se realizar, mas de garantir que quem decide hoje — sobre parcerias, investimento em infraestrutura, posicionamento regulatório ou modelo de produto — o faça com uma leitura estruturada das forças em jogo, e não apenas reagindo ao próximo anúncio de uma bandeira ou de uma big tech.

A conversa sobre qual desses quatro futuros o Brasil vai construir está apenas começando. E, como o próprio exercício de cenários deixa claro, ela vai ser decidida não apenas nos laboratórios de inovação, mas também em função das próximas movimentações do Congresso e do Banco Central.

Este artigo é baseado no exercício de Cenários Prospectivos do Comércio Agêntico em Pagamentos (Brasil, horizonte 2030–2031), conduzido pelo GT de Comércio Agêntico & Pagamentos da PAGOS ao longo de 2026, com atualização de sinais de mercado até julho de 2026.

**A complexidade da sua
operação não precisa limitar o
crescimento do seu negócio.**

A ecomm|it integra tecnologia, inteligência,
compliance e performance em um ecossistema
de soluções que torna operações financeiras mais
eficientes, seguras e preparadas para evoluir.

**Simplifique sua operação.
Amplie suas possibilidades.**

Acesse **www.ecommit.com.br**
ou escaneie o **QR Code.**



O futuro depende do que ainda não sabemos perguntar*



Leandro estava perdido em tantos gatilhos possíveis para a comunicação e para o marketing da empresa. Com a aproximação da Febraban Tech, eram tantos assuntos, painéis e pessoas falando isso ou aquilo que a mesa de Leandro parecia um centro de comando em crise.

Trilhos de inteligência artificial, pagamentos agênticos, MED 2.0, duplicata escritural e mais infinitos temas. As palavras se apinhavam na tela, que parecia pequena para acomodá-las.

Leandro tinha 40 anos e acabara de trocar a “segurança” de uma grande corporação tradicional pelo ecossistema vibrante de uma fintech. Ele pensou muito antes de pedir demissão, mas achava que estava ficando velho e ainda não tinha feito nada realmente inovador. Queria inovar de verdade. Estava cansado das travas de aprovação e da burocracia para implementar algo novo. Na fintech, imaginava, as coisas seriam diferentes. Mais rápidas. Mais ousadas. Mais próximas do futuro.

E eram mesmo.

Tão próximas que, às vezes, o futuro parecia ter chegado antes de alguém explicar o problema que ele deveria resolver. A solução do problema parecia vir antes do problema. Mas, quando não se sabe qual é o problema, a solução pode ser qualquer uma, não é mesmo?

Ele já estava há três meses na empresa, mas ainda tinha lacunas no entendimento de como funcionava tudo aquilo. Naquela manhã, Leandro estava preparando uma apresentação da campanha sobre o novo produto de pagamentos agênticos quando o diretor de inovação passou correndo, apoiou as duas mãos na sua mesa e disparou:

— Leandro, pede para o Genivaldo rodar um resumo executivo com os principais casos de uso de IA agêntica na jornada de pagamento. Preciso com urgência! Valeu?

Leandro piscou. Ajustou a postura na cadeira e olhou para os lados, como quem esperava encontrar alguém escondido atrás do monitor.

— Quem é Genivaldo?

O rapaz riu, achando que era piada.

— É o nosso agente de IA pesquisador, cara!

Ah, Genivaldo. Certo.

Ele assentiu, mas ficou com um olhar perdido, pensando por que um agente de inteligência artificial teria nome de funcionário antigo. Talvez fosse uma homenagem a alguém do passado. Talvez fosse uma estratégia de proximidade. Ou talvez ninguém tivesse coragem de confiar uma tarefa tão importante a um agente sem nome.



Leandro voltou ao computador e encarou as abas. Havia documentos, apresentações, mapas de tendências, relatórios de consultorias e um quadro com palavras que pareciam ter sido inventadas durante a própria reunião: hiperpersonalização, embedded finance, experiências frictionless, jornadas inteligentes.

Sentiu uma espécie de vertigem. Não era exatamente cansaço. Era a sensação de que todos estavam correndo na mesma direção sem que ninguém tivesse parado para verificar se havia alguma coisa naquele lugar para onde corriam.

Foi então que respirou e se lembrou de como costumava criar apresentações e narrativas de marca. Ao longo de vinte anos de carreira, já havia participado de reuniões em que as pessoas discordavam de verdade. Reuniões que terminavam mais tarde do que deveriam, com alguém desenhando um fluxo no verso de uma folha, outro levantando uma hipótese improvável e um terceiro dizendo que aquilo jamais funcionaria. Havia testes com usuários reais, protótipos que quebravam e discussões que não cabiam em um resumo executivo de três linhas.

Também havia tempo para errar.

Não muito, é verdade. Nunca houve tempo de sobra. Mas existia um espaço entre a ideia e a resposta, entre a pergunta e o entusiasmo, entre o que se imaginava e o que se descobria quando alguém tentava fazer.

Com tantas entregas, permitiu-se alguns minutos de distração. Foi para uma rede social e começou a deslizar o feed. Foi quando se deparou com um vídeo de Miguel Nicolelis. Nele, o pesquisador e escritor contava calmamente como estava sendo o seu processo de escrever um livro sobre inteligência artificial em plena era do culto à máquina.

E Nicolelis não começava com um prompt.

Começava com livros.

Livros inteiros, lidos com atenção. Passagens grifadas com caneta. Comentários destacados, reunidos em documentos, impressos e levados para o papel. Depois vinham os riscos, os cortes, as escolhas. O que entraria. O que ficaria de fora. O que deveria conversar com outra ideia. O que parecia importante, mas não era.

E, quando o material já tinha passado por esse primeiro julgamento, ele ia para uma folha A3. Uma folha grande o bastante para abrigar o livro antes que o livro existisse. Nela, as referências se encontravam, os temas ganhavam proximidade, os capítulos começavam a aparecer. Um mapa mental feito à mão, com o pensamento ainda em estado de rascunho.

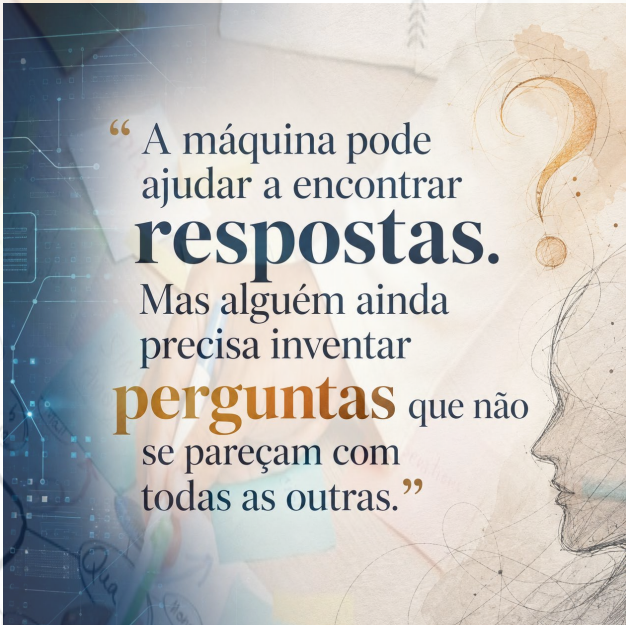
Só depois ia para o computador escrever.

Mas esse é o processo dele, pensou. Longe da tela, entre os livros, as canetas, a tesoura e a folha grande. Percebeu que tinha divagado e se desviado da tentativa de se lembrar de como era o seu processo — ou melhor, de como seria o seu processo hoje, usando as ferramentas sem perder aquilo que já fazia e dava certo.

Voltou para a tela. Genivaldo continuava esperando.

Deu uma olhada no histórico do Genivaldo, ele era bom em reconhecer padrões, combinar tudo e devolver, em milissegundos, um relatório lindão e completo. Era justamente essa a sua força. E talvez também fosse o seu limite.

Se a fintech passasse a consumir apenas o que o algoritmo conseguisse cuspir mais rapidamente, corria o risco de chamar de inovação a simples aceleração de padrões antigos — ou até de padrões novos, mas desenvolvidos por outra empresa. Um jeito novo de repetir coisas conhecidas.



“A máquina pode
ajudar a encontrar
respostas.
Mas alguém ainda
precisa inventar
perguntas que não
se pareçam com
todas as outras.”

Abriu de novo a apresentação sobre o novo produto. De onde viriam as perguntas que diferenciariam o produto da fintech dos demais? Como formular perguntas tão pessoais e diferentes em busca de um mesmo serviço? Agora sim um desafio: entender a necessidade e como as pessoas buscariam resolver essas necessidades.

A máquina poderia ajudar a encontrar respostas. Mas alguém ainda precisaria inventar perguntas que não parecessem com todas as outras.

O futuro depende do que ainda não sabemos perguntar*

Leandro fechou algumas abas. Abriu uma gaveta e encontrou uma folha A3 que havia levado para uma apresentação e nunca usado. Puxou duas canetas coloridas da mochila — uma azul e outra vermelha — e afastou o teclado.

O jovem diretor de inovação voltou alguns minutos depois.

— E aí? O Genivaldo já rodou?

— Ainda não.

— Mas você pediu?

— Ainda não.

Leandro começou a desenhar.

Primeiro, escreveu no centro da folha: “O que o cliente realmente precisa?”. Depois, puxou setas para todos os lados. Desenhou uma pequena loja, uma tela de celular, um caixa, uma pessoa esperando. Escreveu sobre confiança, tempo, medo de errar, dinheiro que entra, dinheiro que não entra, senha esquecida, sinal que cai, promessa de recebimento.

Riscou “jornada sem fricção”. Ao lado, escreveu: “Qual fricção?”.

Riscou “experiência invisível”. Escreveu: “Invisível para quem?”.

O rapaz ficou parado, segurando o celular. Olhou para a folha, depois para Leandro, depois para o computador, como se estivesse tentando decidir em qual dos três deveria colocar atenção.

— Você está fazendo um mapa mental?

— Estou tentando descobrir primeiro qual é o tesouro para então fazer um mapa.

Ele riu, mas não saiu. Puxou uma cadeira.



Pouco depois, outra pessoa se aproximou. Perguntou por que havia uma seta ligando confiança a tempo. Leandro explicou que ninguém gosta de esperar, mas que algumas esperas são justamente o que permite que uma relação aconteça. A folha foi ganhando palavras, riscos e rabiscos. Tudo estava em andamento, nada parecia ter sido planejado.

Naquele dia, Genivaldo não produziu o resumo executivo em três minutos.

Leandro também não foi demitido.

O futuro depende do que ainda não sabemos perguntar*

Ao final da tarde, a folha A3 estava cheia e a equipe, com os olhos brilhantes, estava cheia de perguntas ainda sem resposta. Aí sim, um desafio maior ainda!

Leandro olhou para aquilo e sentiu que talvez tivesse encontrado uma maneira de fazer a transição sem abandonar o que sabia fazer. Repertório, tecnologia e trocas reais também eram caminho para a inovação, aquela que realmente muda alguma coisa.

Leandro pensou que talvez a maior disrupção da era dos milissegundos seja justamente a coragem de desacelerar para pensar. Não por nostalgia, mas porque há respostas que só aparecem quando estamos vivendo o caminho.

Antes de sair, Leandro deixou a folha A3 aberta sobre a mesa. Sentia-se quase feliz, como quem deixa uma janela aberta para o dia seguinte.

Reparou em uma pergunta sobre a folha que não havia notado. Certamente alguém passara por ali e se sentira confortável para contribuir:

“Então o futuro é algo que ainda não sabemos perguntar?”

Genivaldo não viu essa pergunta.

Ainda bem. 

Cibele Cipola, associada PAGOS, atua na liderança de Marketing e Comunicação Estratégica B2B. Também é escritora e gestora editorial. É criadora da newsletter semanal Pausa para um Café no LinkedIn, onde transforma o olhar sobre tecnologia e mercado em crônicas sobre o comportamento humano.
LinkedIn pessoal: <https://www.linkedin.com/in/cibele-cipola-8b44a620/>
Link da newsletter: <https://www.linkedin.com/newsletters/pausa-para-um-cafe%C3%A9-7463211362949677056>

*** Será que não sabemos mesmo?
O futuro de ontem é o nosso
hoje, concordam? E ele foi
construído em cima de
perguntas. Muitas delas. Só não
podemos esquecer disso
enquanto educamos nossas
crianças e jovens. Nosso futuro
pede que eles sejam seres
humanos completos, munidos de
muitas, muitas novas perguntas.**



➡ Vídeo Miguel Nicolelis:
<https://substack.com/@miguelnicolelis/note/c-316834595?r=8k1z2k>

Aluguel de terminais da TNS, você foca no crescimento, nós cuidamos da tecnologia.



A base sólida que seu negócio precisa para crescer.

Nossa solução de aluguel de terminais é moderna, confiável e vem acompanhada de conectividade, gestão de dados e logística integradas, permitindo que você foque no que realmente importa: o crescimento do seu negócio.

Gestão de Dados

Controle total com a plataforma TNSManagerPro.

Gestão de Hardware

Monitoramento e administração de dispositivos via MDM.

Logística Nacional

Equipamentos entregues em qualquer ponto de venda no Brasil.

Conectividade Móvel

Planos de 20MB a 100GB com todas as operadoras em uma única fatura.



Conheça
nosso hub
de soluções



tnsi.com.br





A próxima maquininha não será uma maquininha

Se alguém me perguntasse qual foi a maior inovação dos meios de pagamento nos últimos 50 anos, provavelmente esperaria ouvir “cartão”, “Pix” ou “*contactless*”. Mas eu responderia de outra forma: a maior inovação dos pagamentos sempre foi a tecnologia que aconteceu fora dos pagamentos.

Parece estranho, mas a história ajuda. A Revolução Industrial não criou uma nova forma de pagar. Criou fábricas, escala, cidades, distribuição e produção em massa. Antes, o comerciante vendia o que conseguia produzir. Depois, passou a vender o que uma indústria inteira conseguia fabricar. Quando a oferta explodiu, alguém precisou organizar a venda. Nascia o varejo moderno, e os pagamentos apenas acompanharam essa transformação.

O mesmo aconteceu com as ferrovias, que conectaram regiões e permitiram o surgimento de mercados nacionais. O comerciante deixou de vender apenas para o bairro e passou a vender para cidades inteiras.

Naquele momento, a grande infraestrutura de expansão não era financeira, era logística. Quem controlava a distribuição controlava o crescimento. Depois veio o automóvel, que não mudou apenas a mobilidade, mas também o fluxo de consumidores, os pontos de compra e o próprio conceito de varejo físico. Sem carro, dificilmente existiria o shopping center moderno. Quando o comportamento muda, o dinheiro segue. Sempre segue.



Com o microprocessador, os pagamentos finalmente aceleraram de verdade. A computação permitiu autorização online, antifraude, escala global e redes capazes de processar milhões de transações. Visa e Mastercard deixaram de ser apenas cartões e viraram infraestrutura. A venda passou a viajar mais rápido do que as pessoas. Depois, a internet transformou lojas em sites. A Amazon não venceu apenas por vender produtos, mas por inaugurar uma nova jornada. O pagamento era consequência; o verdadeiro poder estava em controlar a experiência.

Com o smartphone, comprar deixou de ser um evento e virou um hábito. Aplicativos como Uber, iFood e marketplaces ensinaram o consumidor a comprar com poucos cliques, muitas vezes sem perceber o pagamento acontecendo. Quanto menos o cliente percebe o pagamento, melhor a experiência. O Pix acelerou ainda mais essa invisibilidade. Muita gente enxerga o Pix como uma revolução de meio de pagamento. Eu vejo como uma revolução de infraestrutura: ele venceu porque reduziu atrito, eliminou etapas e simplificou decisões. O usuário não quer “pagar”. O usuário quer resolver um problema.

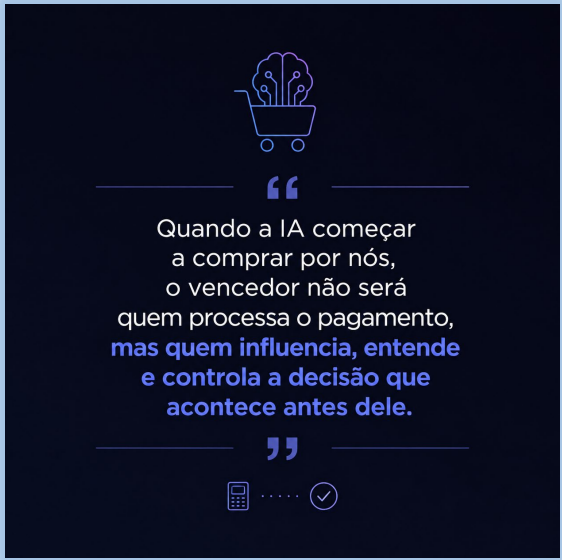
E agora chegamos à inteligência artificial. A pergunta errada é: “como a IA impacta pagamentos?” A pergunta certa é: o que acontece quando a IA passa a comprar? Foi essa provocação que me veio ao ler a análise da Sequoia sobre o futuro do varejo na era da IA. Pela primeira vez, não estamos automatizando apenas transações. Estamos automatizando decisões.

Imagine um agente de IA responsável pela rotina de uma empresa. Ele percebe que o estoque está acabando, compara fornecedores, negocia preço, avalia prazo, emite o pedido, efetua o pagamento e agenda a entrega. Tudo sem intervenção humana. Nesse mundo, ninguém “vai ao checkout”. A IA decide, compra e paga. O pagamento deixa de ser destino e passa a ser infraestrutura invisível. Meu medo, é o que acontecerá quando uma IA esperta encontrar com uma IA tola? Por isso, talvez estejamos olhando para a discussão errada em adquirência quando

falamos apenas de MDR, taxa, POS, antecipação e prazo. Se agentes de IA passarem a executar as negociações, a nova disputa será outra: quem consegue conversar melhor com esses agentes? Quem consegue disponibilizar dados? Quem consegue expor APIs? Quem consegue ser encontrado,

recomendado e acionado dentro de uma jornada automatizada? Nesse contexto, MCP, APIs, contexto, dados e inteligência preditiva podem se tornar tão relevantes quanto a adquirência tradicional.

E aqui existe uma provocação direta para o mercado de pagamentos. Hoje, as adquirentes distribuem maquininhas, compram leads, fazem campanhas e disputam visitas comerciais. Mas imagine um modelo preditivo capaz de identificar, por região, segmento, abertura de empresas, atividade econômica, faturamento estimado e comportamento



A próxima maquininha não será uma maquininha

transacional, quais estabelecimentos têm maior propensão a contratar uma solução de pagamentos. A próxima maquininha poderia chegar antes mesmo de o cliente pedir. Não seria apenas venda. Seria previsão. Não seria apenas aquisição. Seria antecipação da demanda.

O varejo físico também não desaparece, mas fica mais móvel. Feiras, eventos, pop-up stores, criadores de conteúdo, social commerce, live commerce e lojas itinerantes mostram que a loja vai cada vez mais até o consumidor, e não o contrário. Se a loja se move, o pagamento precisa se mover junto. Mais leve, mais embarcado, mais invisível e mais inteligente.

A grande batalha futura, portanto, não será pela maquininha. Durante anos, discutimos taxa, POS, antecipação e parcelamento. A próxima década parece muito mais próxima de discutir dados, identidade, contexto, IA, automação e orquestração financeira. A maquininha foi protagonista, depois virou commodity, a não ser que mostrem algo inovador e que crie desejo de uso. O checkout foi protagonista, depois virou infraestrutura. O mesmo deve acontecer com vários componentes atuais dos pagamentos.

A Revolução Industrial colocou produtos nas prateleiras. A internet colocou as prateleiras no celular. A IA está retirando as prateleiras da equação. E quando a IA começar a comprar por nós, o vencedor não será necessariamente quem processa o pagamento, o futuro está e será de quem influencia, entende e controla a decisão que acontece antes dele.

Inspirado no artigo da Sequoia Capital sobre como a IA pode criar o próximo grande salto no varejo, adaptado para a indústria de pagamentos, aquisição e relacionamento financeiro com empresas.

[A oportunidade de 1 trilhão de dólares para construir a próxima Amazon no varejo | Sequoia Capital](#)





CONGRESSO PAGOS + OAB/SP

AGENDA REGULATÓRIA DO
ECOSSISTEMA DE PAGAMENTOS



30 DE SETEMBRO

CANTARINO.
BRASILEIRO



PAYMENT ANYWAY



FÓRUM PRESENCIAL NO WTC EVENTS CENTER

© TEMA OFICIAL 2026

**"A próxima fronteira dos pagamentos:
inteligência em movimento"**



19 DE OUTUBRO



SÃO PAULO, SP



Na palma da mão

Acabamos de participar da FEBRABAN TECH e alguns temas dominaram todas as conversas: IA e Segurança. E talvez não exista exemplo melhor de convergência entre esses dois assuntos do que a evolução dos pagamentos por biometria.

Durante décadas nos acostumamos a pagar com dinheiro, cheque, depois cartão e celular. Agora, começa a surgir um novo capítulo: pagar com a própria palma da mão.

Para alguns, parece quase mágica.

E aí me veio uma reflexão curiosa. A palma da mão sempre foi cercada de interpretações. Existe quem acredite na “quiromancia”, existe quem seja totalmente cético e aquele grupo que se comporta como “São Tomé”: só acredita depois que vê acontecer.

Com tecnologia acontece a mesma coisa.

Quando uma inovação surge, aparecem os entusiastas que enxergam o futuro antes dos demais. Os céticos que apontam riscos e limitações. Os pragmáticos que aguardam a adoção em escala para formar opinião.

A história mostra que todos eles têm o seu papel.

Os entusiastas aceleram a mudança, os céticos ajudam a corrigir os erros e os “São Tomés” validam quando a tecnologia realmente vira realidade e chega ao mercado.

A pergunta é: em qual grupo você está quando o assunto é IA? E quando falamos em pagar apenas encostando a palma da mão?

Porque, gostemos ou não, a transformação digital não espera unanimidade para acontecer.

Alguns já conseguem enxergar o futuro nas próprias mãos. Outros precisam tocá-lo para acreditar.

E você?

Conclusão/Provocação

A palma da mão já foi usada para prever o futuro. Agora, ela pode ser usada para pagar por ela!!



Seu overview divertido sobre o mercado de pagamentos. Acompanhe aqui: [LinkedIn](#)



Luiz Carlos Pereira
autografando o livro



André Maniezo recebendo
o jornalista Léo Godim, do Valor



Lincoln Rocha e Fernando Tassin



Luanna Vargas e
Ernesto Haikewitsch



Charles Mendes, Roberto Oliveira e Matheus Oliveira



Lincoln Rocha e Marcelo Modesto



Ernesto Haikewitsch, Claudia Mansur, Luiz Carlos Pereira e Edson Vasconcelos



Beto Almeida



Lincoln Rocha, Roberto Defendi, Edson Vasconcelos, Samuel Dimbarre, Henrique Pelliciari, Vanessa Fialdini, Mariana Mendonça e Claudia Mansur



Roberto Oliveira e Luiz Carlos Pereira



Lincoln Rocha, Diego Landell e Leo Monte



Roberto Jesus Oliveira, Henrique Takaki e Mauro Laxe



Ernesto Haikewitsch e Luiz Guilherme Roncato



Fernando Tassin e
Celso Moreno



Valeria Carrete e
Luanna Vargas



Equipe da INFOX Payments



Pedrina Braga e
Elaine Póvoas



Equipe da ecomm|it



Mauro Laxe



Pedrina Braga e mulheres que atuam na área de Compliance, Riscos e Integridade

ecommm|it:

uma nova marca para transformar o complexo em simples

Com uma identidade renovada e um posicionamento mais conectado aos desafios do mercado financeiro, a ecomm|it inicia um novo ciclo como parceira estratégica de empresas que buscam eficiência, conformidade e crescimento.

O mercado financeiro vive um momento de transformação permanente. Novas tecnologias, mudanças regulatórias, modelos de negócio diferentes e operações cada vez mais integradas abrem espaço para o crescimento, mas também tornam a gestão mais complexa. É nesse cenário que a ecomm|it apresenta ao mercado sua nova

Na prática, isso significa assumir a complexidade operacional e financeira, conformidade constante, mitigação de riscos e geração de inteligência para apoiar decisões - liberando seus clientes para investir energia no que realmente move seus negócios: estratégia, inovação e crescimento.

Esse posicionamento parte de uma ideia simples: por trás de cada operação existem desafios específicos, níveis diferentes de maturidade e necessidades que não cabem em respostas genéricas. Mais do que fornecer



ecommm|it

identidade e seu novo posicionamento — um movimento que vai muito além do visual. Ele reflete a evolução de uma empresa que conhece de perto os desafios da operação financeira e sabe que tecnologia, sozinha, não resolve tudo.

Ao longo de sua trajetória, a ecomm|it construiu soluções, acumulou conhecimento e potencializou sua capacidade operacional para apoiar instituições que precisam crescer com eficiência, mas sem renunciar à segurança e conformidade. Agora, essa experiência ganha uma expressão mais clara e contemporânea, alinhada ao papel que a empresa já exerce junto aos seus clientes.

plataformas, a ecomm|it desenvolve relações de parceria: entende o contexto de cada cliente, antecipa necessidades e participa ativamente da construção de operações mais eficientes, seguras e preparadas para evoluir.

A nova identidade visual traduz esse momento. Com uma linguagem mais atual, própria e dinâmica, a marca reforça atributos que sempre estiveram na essência da ecomm|it - conhecimento, movimento, conexão, inteligência e capacidade de adaptação. Ao mesmo tempo, apresenta ao mercado uma empresa mais simples na comunicação, mais segura no posicionamento e ainda mais próxima daqueles que ela ajuda a transformar.

ecommm|it:

**uma nova marca para transformar o
complexo em simples**



“Esse novo momento traduz uma convicção que sempre nos orientou: **crescer no mercado financeiro exige mais do que tecnologia;** exige conhecimento, proximidade e capacidade de assumir a complexidade pelo lado do cliente. A nova **ecommm|it** torna essa proposta mais clara e nos prepara para continuar evoluindo junto com o mercado, sem perder aquilo que sempre esteve na nossa essência: **transformar desafios complexos em caminhos mais simples, eficientes e seguros.**”

Edson Vasconcelos

CEO da ecomm|it

Esse novo capítulo também ganha vida nos principais encontros do setor, como na Reunião Mensal da Associação PAGOS.

Neste fórum, a ecomm|it amplia sua contribuição em debates sobre tecnologia, inovação e o futuro do setor — em um ecossistema plural e com presença ativa nos ambientes em que o mercado compartilha conhecimento, constrói conexões e define seus próximos passos.

“A marca mudou porque a ecomm|it evoluiu. Mas a essência continua a mesma: estar ao lado dos clientes, entender os desafios por trás de cada operação e transformar complexidade em caminhos mais simples, seguros e eficientes”, finaliza Edson.

ecommm|it. Transformando o Complexo em Simples.



PAGOS
e-Magazine

DESTAQUE SUA ATIVIDADE NA PAGOS e-Magazine

Sócio PAGOS, suas conquistas merecem ser celebradas.
Envie suas notícias e informações relevantes do mês e
mostre suas conquistas para toda a nossa comunidade.



**DESTAQUES
SÓCIOS**
PAGOS
e-magazine



O QUE ENVIAR?

Novas parcerias,
Lançamentos de produtos,
Projetos inovadores,
Conquistas corporativas.



PRAZO:

Envie até o dia 15 de
cada mês.



COMO ENVIAR?

Enviar textos e imagens
para
adm@pagos.org.br



ANO	2017	2018	2019	2020
2017	10.000	10.000	10.000	10.000
2018	10.000	10.000	10.000	10.000
2019	10.000	10.000	10.000	10.000
2020	10.000	10.000	10.000	10.000
2021	10.000	10.000	10.000	10.000
2022	10.000	10.000	10.000	10.000
2023	10.000	10.000	10.000	10.000
2024	10.000	10.000	10.000	10.000
2025	10.000	10.000	10.000	10.000



CANTARINO, BRASILEIRO



PAGOS

edição 01

ANUÁRIO BRASILEIRO DE PAGAMENTOS

ABP 2025



O UNIVERSO VISÍVEL
E INVISÍVEL



DOWNLOAD
GRATUITO
ABP 2025

CANTARINO
BRASILEIRO



Evolução do PIX: Modalidades, Funcionalidades e Próximos Passos

Na edição anterior do Conexão PAGOS, exploramos os bastidores tecnológicos do PIX, entendendo como o SPI (Sistema de Pagamentos Instantâneos) e o DICT (Diretório de Identificadores de Contas Transacionais) trabalham juntos para permitir transferências praticamente instantâneas entre instituições financeiras.

Mas o PIX evoluiu muito desde seu lançamento em novembro de 2020.

O que começou como uma simples alternativa ao TED e ao DOC transformou-se em uma plataforma de inovação financeira, incorporando novas modalidades e preparando o terreno para uma nova geração de serviços digitais.

Nesta edição, vamos conhecer as principais funcionalidades disponíveis atualmente e as evoluções que estão sendo construídas para os próximos anos.

Muito além da transferência entre pessoas

Quando foi lançado, muitos enxergavam o PIX apenas como uma forma mais rápida de transferir dinheiro.

Hoje, ele já suporta diferentes modelos de utilização, ampliando seu alcance para consumidores, empresas, varejistas, fintechs e instituições financeiras.



PIX por QR Code

Uma das funcionalidades mais utilizadas é o pagamento por QR Code.

QR Code Estático

Contém informações fixas do recebedor. Muito utilizado por:

- pequenos comerciantes;
- profissionais autônomos;
- estabelecimentos de menor porte.

Permite que o cliente informe o valor no momento da transação.

QR Code Dinâmico

Gerado individualmente para cada cobrança.

Permite:

- conciliação automática;
- identificação da transação;
- integração com ERPs;
- automação financeira.

É amplamente utilizado por:

- e-commerces;
- marketplaces;
- grandes varejistas.

Evolução do PIX: Modalidades, Funcionalidades e Próximos Passos

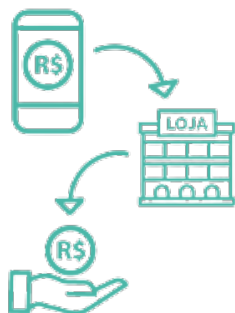
PIX Saque e PIX Troco

Lançados para ampliar a inclusão financeira.

PIX Saque

O usuário realiza um PIX para um estabelecimento participante e recebe dinheiro em espécie.

Na prática, o comércio funciona como um ponto de retirada de recursos.



PIX Troco

O consumidor realiza uma compra e efetua um PIX em valor superior ao da compra.

A diferença é devolvida em dinheiro.

Essas modalidades ajudam especialmente regiões com menor presença bancária e menor disponibilidade de caixas eletrônicos.

Limites e mecanismos de proteção

Com o crescimento acelerado do PIX, a segurança tornou-se uma prioridade.

O Banco Central introduziu diversos mecanismos de proteção:

Limites Noturnos

Redução automática dos valores permitidos durante horários de maior risco.

Bloqueio Preventivo

Instituições financeiras podem bloquear temporariamente recursos quando identificam indícios de fraude.

Mecanismo Especial de Devolução (MED)

Permite a devolução de valores em casos de fraude comprovada.

Inteligência Antifraude

As instituições passaram a utilizar modelos avançados de análise comportamental e inteligência artificial para detectar movimentações suspeitas em tempo real.

PIX Offline: realidade ou futuro?

Uma das dúvidas mais frequentes é sobre o chamado PIX Offline.

Atualmente, o PIX depende da comunicação entre as instituições participantes e da infraestrutura do Banco Central.

Portanto, em sua forma tradicional, ele necessita de conectividade.

Entretanto, diversos estudos estão sendo conduzidos para viabilizar modelos de pagamento em ambientes com baixa conectividade ou operação temporariamente desconectada, especialmente em regiões remotas ou em cenários de contingência.

Esse é um dos temas que pode ganhar relevância nos próximos anos.



O que vem pela frente?

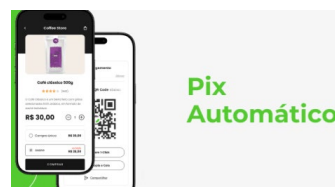
Se os últimos cinco anos foram marcados pela adoção do PIX, os próximos serão marcados pela expansão de suas capacidades.

PIX Automático

Permitirá pagamentos recorrentes automáticos.

Aplicações:

- assinaturas;
- mensalidades;
- contas de consumo;
- serviços recorrentes.



Pode substituir parte significativa dos atuais débitos automáticos e cobranças recorrentes em cartão.

PIX Garantido

Possibilitará parcelamentos e operações com garantia de recebimento.

Na prática, aproxima o PIX de algumas funcionalidades atualmente associadas aos cartões de crédito.

Seu potencial para o varejo e para o comércio eletrônico é enorme.

PIX Internacional

Um dos projetos mais aguardados.

A proposta é permitir integrações entre sistemas de pagamentos instantâneos de diferentes países.

Isso pode reduzir custos e simplificar:

- remessas internacionais;
- turismo;
- comércio exterior.



Integração com o Drex

O Drex representa a futura moeda digital brasileira.

A integração entre PIX e Drex poderá criar novos modelos de liquidação financeira, contratos inteligentes e automação de processos.

Open Finance

A combinação entre PIX e Open Finance permitirá experiências cada vez mais personalizadas, integradas e competitivas.

Os consumidores poderão movimentar recursos de forma transparente entre múltiplas instituições.

IA aplicada aos pagamentos

Talvez a transformação mais interessante esteja apenas começando.

Agentes de Inteligência Artificial poderão:

- escolher automaticamente o melhor meio de pagamento;
- gerenciar fluxo de caixa;
- identificar oportunidades de crédito;
- negociar condições financeiras;
- executar pagamentos em nome do usuário.

É o início da convergência entre PIX e Comércio Agêntico, tema que abordamos recentemente no Conexão PAGOS.

Conclusão

O PIX deixou de ser apenas uma transferência instantânea.

Hoje, ele se consolida como uma plataforma financeira capaz de suportar novos produtos, serviços e modelos de negócio.

Sua evolução demonstra que o Banco Central não criou apenas um meio de pagamento, mas uma infraestrutura aberta para inovação.

Na próxima edição do Conexão PAGOS, vamos explorar uma questão que ganhou repercussão internacional:

Por que o sucesso do PIX começou a chamar a atenção — e até gerar questionamentos — fora do Brasil, especialmente nos Estados Unidos?

Participe da construção do CONEXÃO PAGOS

Sua empresa já utiliza PIX Automático, QR Dinâmico, mecanismos de prevenção a fraudes ou está estudando integrações com Open Finance e Drex? Compartilhe sua experiência com nossa comunidade:

mauro.laxe@pagos.com.br

Nota final: Este conteúdo foi desenvolvido com apoio de Inteligência Artificial (LLM), reforçando que a inovação financeira é resultado da combinação entre tecnologia, regulação e visão estratégica.

Contribuições à Pagos eMagazine



A Pagos eMagazine é o espaço dos nossos associados para compartilhar ideias, experiências e boas práticas do universo financeiro, fintechs e meios de pagamento.

1 CONTRIBUIÇÃO E PARTICIPAÇÃO



Objetivo da publicação

Abrir espaço para que nossos associados compartilhem conteúdos relevantes, boas práticas e experiências do setor Financeiro, Fintechs e de Meios de Pagamento.



Quem pode participar

Associados da Pagos, em conformidade com nosso estatuto e regras de conduta.



Responsabilidade pelo conteúdo

O autor é responsável pelas informações enviadas. O conteúdo não pode infringir direitos de terceiros (como direitos autorais), nem violar a LGPD, tampouco ser difamatório ou prejudicial a pessoas, entidades ou instituições citadas.



Tipos de conteúdo aceitos

Artigos, entrevistas, ensaios, crônicas, reportagens, resenhas e outros formatos sobre o Ecossistema da Pagos, com conteúdo original e indicação da fonte quando houver menção a textos ou dados externos.



Licença não exclusiva

Ao publicar na Pagos eMagazine, o autor mantém a liberdade de republicar o conteúdo em outros canais. Apenas pedimos que, se a Pagos for a primeira a publicar, a origem seja mencionada.



Remuneração

As contribuições são voluntárias e não remuneradas. A Pagos é uma associação privada, sem fins lucrativos, dedicada à gestão e promoção de pagamentos eletrônicos e à modernização das transações digitais.

2 ENVIO DO CONTEÚDO



Idioma

As contribuições devem ser sempre em português.



Formato

Envie o conteúdo em Word (.doc ou .docx), sem preocupação com formatação.



Como enviar

Envie seu conteúdo para adm@pagos.org.br até o dia 20 de cada mês. O material aprovado será publicado na edição digital da Pagos eMagazine, distribuída na última semana de cada mês.



Avaliação

Todos os conteúdos serão avaliados pela equipe Pagos. Caso não seja aprovado, retornaremos ao autor.



Prazo

Envie até o dia 20 de cada mês para garantir a publicação na edição do mesmo mês (última semana).

3 O QUE NÃO PUBLICAMOS



Promocionais

Não aceitamos propaganda, venda de produtos ou serviços, merchandising ou conteúdo publicitário disfarçado de editorial, incluindo chamadas do tipo "clique aqui para comprar".



Ofensivos

Não publicamos conteúdos ofensivos, de cunho político partidário ou radical, difamatórios ou que possam prejudicar ou desqualificar pessoas, entidades ou instituições.



Relacionados a outros

Não aceitamos exposição de marcas de patrocinadores ou parceiros, links de afiliados, banners ou anúncios dentro do conteúdo que direcionem para produtos ou serviços da empresa.



Fora de contexto

Não publicamos conteúdos que não estejam alinhados ao objetivo da Pagos e da eMagazine, como notícias de outros mercados não relacionados às áreas de atuação da Associação.



Participe e compartilhe conhecimento!

Sua contribuição fortalece o ecossistema de pagamentos e inspira todo o nosso setor.

Em caso de dúvidas,
fale conosco:
adm@pagos.org.br



TORNE-SE UM ASSOCIADO

MANTENEDOR



E DESFRUTE DE **BENEFÍCIOS SUPER EXCLUSIVOS**
PARA DESTACAR A **SUA MARCA!**

A **Pagos** convida seus associados a se tornarem mantenedores, oferecendo benefícios exclusivos para **aumentar a visibilidade e oportunidades no setor de Meios de Pagamento**. Ao se tornar Mantenedor, **terá sua marca como TOP OF MIND**, destacada em **publicações, eventos e comunicações da Pagos**. Entre os benefícios, estão:



Exposição da
marca nas
reuniões mensais;



Presença nas
mídias digitais
da Pagos;



Pitch de 10
minutos para
apresentação
do negócio;



Participação
em comitês;



Descontos em
eventos e
parcerias;



75% de desconto
na Universidade
Pagos.

**JUNTE-SE A NÓS PARA
UM ANO DE DESTAQUE
E COLABORAÇÃO!**



CLAUDIA MANSUR

Diretora de Relacionamento com Associados

Email: claudiamansur@pagos.org.br

Ação Social

Maratona Cestas Básicas 200 x 40



Casa da Criança
GENTE FELIZ
Associação A Tenda de Cristo



**Fechamos julho com
80 Cestas Básicas**



Muito obrigado a todos
os participantes dessa
corrida contra a fome.



Participe! Faça a sua doação.

GSPP - Banco Itaú

PIX CNPJ: 14.403.014/0001-60

ou pelo QR code ao lado



R\$ 40,00 fazem a diferença!



Resumo da Maratona Cestas Básicas 200 x 40

2026 até agosto



588
cestas



4.528
kg

Total acumulado 2021-2026



4.188
cestas



32.248
kg



Comparativo por ano

Ano	Cestas	KG
2021	510	3.927
2022	451	3.473
2023	424	3.265
2024	1.085	8.355
2025	1.130	8.701
2026	588	4.528



Resumo mensal 2026 - Cestas arrecadadas



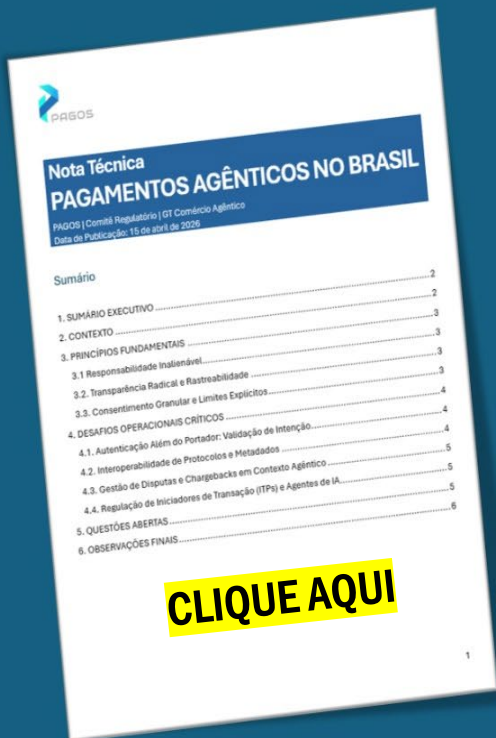
Cada cesta faz a diferença.

Resultados que transformam
solidariedade em impacto real.



Juntos, continuamos
levando esperança e alimento
a quem mais precisa.





Nota Técnica | Pagos

Como preparar o ecossistema de pagamentos para um cenário em que agentes de IA passam a executar compras e pagamentos em nome dos consumidores.



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.



PAGAMENTOS AGÊNTICOS

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

Baixe o eBook AGORA >>>



<https://bit.ly/427Bu5B>

ASSOCIADOS

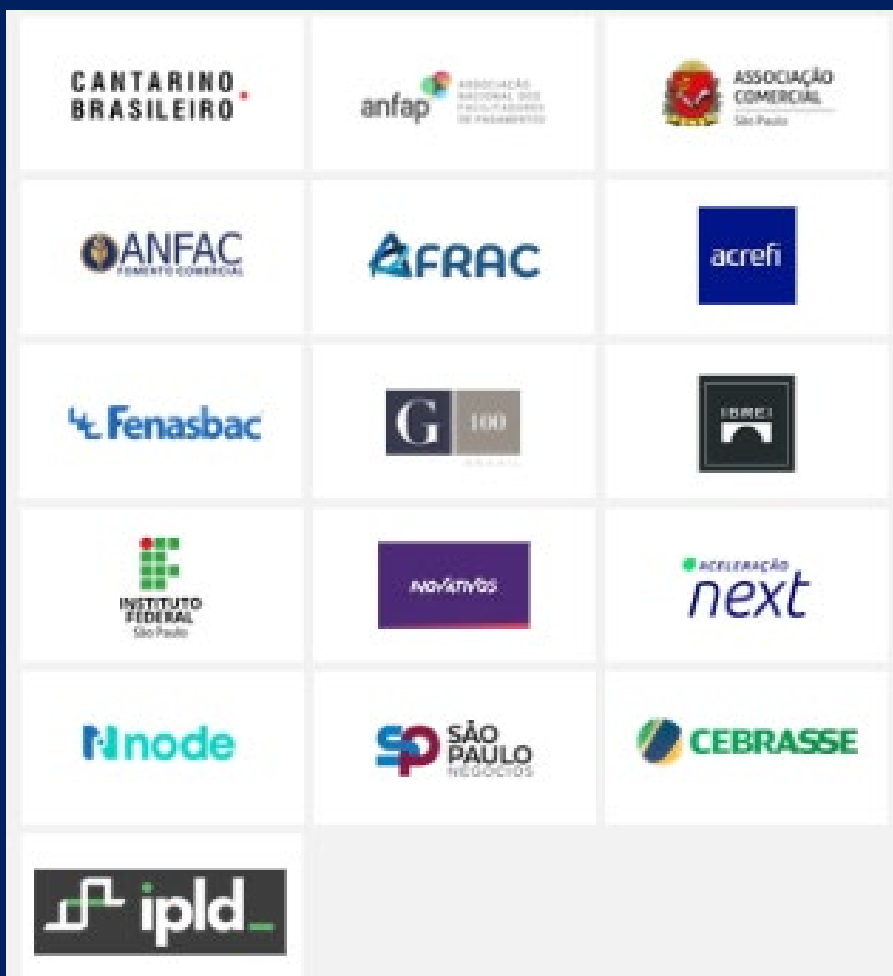


Posição atualizada
até 30/05/2026

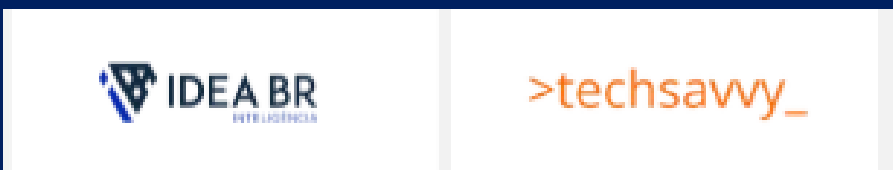
E mais de 100
profissionais do
mercado,
especialistas e
formadores de
opinião.

 AIKNOW Inteligência que é mais rápida	 Avatek	 aditum	 ACI Worldwide
 accredito	 AML GROUP	 BT TECH	 boavista
 BaaS2u	 B Bancão	 BMP	 beOne
 CONSUS TECNOLOGIA	 consulcard Transformando ideias e projetos em negócios em resultados reais	 DeltaPag	 Edenred
 Ecomm	 easy Soluções	 EDUC360	 FIALDINI ADVOCADOS
 Fastpay	 FRAUD DEFLECT The global security solutions	 FENYNX	 geopagos
 HUMANAZ Humanidade sem fronteira	 HERONPAY	 INFOFOX PAYMENTS	 iPag
 Integrar.HOUSE	 kirvano	 ksk	 KENSHU
 KRYPTUS Empowering the digital world	 L&M Marketing & Consultoria	 Links Field	 Luby
 Lyra	 MRZALTECH	 maps	 NEXXERA
 MT Pagamentos	 monerio	 Normavance	 NEXXERA
 nuvei	 OGEA	 OPUS SOFTWARE	 PIC Money
 PAYPI A GINTA RECONSTRUIR	 pagsem	 Pay Retailers	 p2x pay
 PRAJÁ	 PRO2PAY YOUR PAYMENTS	 PROTEGecash	 Proteo
 ROAD CARD	 Rocha, Calderon e Advogados Associados www.rochacalderon.com.br	 SCIENSA	 sensei
 SOFTNEK TECNOLOGIA	 Revenu	 rtm	 SMARTPEAK Rebrand smart
 Plataforma STOLZ LABS	 Spdpay	 TEFTI	 TNS
 teros	 ticto	 top transações	 ultralinks
 verifone	 Valorem	 ValaBus com.br	 ZUVIA Digital Assets

PARCEIROS



APOIADORES



PAGOS e-Magazine – ed. 45 – Agosto 2026

Os artigos assinados nesta newsletter não refletem necessariamente a opinião da PAGOS.

Projeto gráfico e Curadoria: **Ernesto Haikewitsch**

Colaboradores: **Cibele Cipola, Eduardo Vils, Ernesto Haikewitsch, Kaliane Abreu, Livia Ikeda, Marcelo Feltrin, Mauro Laxe e Pedrina Braga**

Envie sua colaboração para adm@pagos.org.br

GOVERNANÇA

2026/2028



Lincoln Rocha

Diretor Presidente

Vice-Presidentes Estatutários



Carlos Akira Sato



Carlos Ogata



Daniel Nery



Giancarlo Melito



Marcio Campos

Financeiro



Sandro Ari Pinto



Valéria Carrete



Luiz Carlos Pereira

CEO



Claudia Mansur

Diretora de
Relacionamento com
Associados



Ernesto Haikewitsch

Diretor Executivo de
Marketing



Pedrina Braga

Diretora Executiva de
Produtos e Serviços

JUNTE-SE À PAGOS

Faça parte de uma comunidade vibrante e inovadora, que está na **vanguarda** do setor de meios de pagamento. Ao **se associar à PAGOS**, você terá acesso a **conteúdos exclusivos**, **eventos**, **insights** de mercado, e uma **rede de profissionais** apaixonados pelo que fazem.

ASSOCIE-SE AGORA!

Siga-nos nas redes sociais e/ou entre em contato conosco, através dos links abaixo:



+55 11 97347-0161
contato@pagos.org.br
www.pagos.org.br



PAGOS