FAST FORWARD XPERIENCE

web summit LISBON

COM A VISÃO DE NATÁLIA SCHIFINO, CURADORA DA FFX

PALCO	DIA	LISBOA
MARKETING SUMMIT	**10 NOV 2026**	**11:55**

A MUDANÇA QUE IMPORTA NO MARKETING COM IA NÃO É A QUE MAIS APARECE

MARKETING · IA AGÊNTICA · REPUTACAO · MARCA

Don McGuire

Executive Vice President e Chief Marketing Officer da Qualcomm, responsável ao mesmo tempo pela marca corporativa (B2B) e pela marca de consumo Snapdragon.

Kit Eaton

Jornalista de tecnologia e negócios, colunista da revista Inc.

EM 30 SEGUNDOS

Don McGuire, CMO da Qualcomm, testou anúncios dentro de assistentes de IA e ainda não viu retorno; o resultado veio da equipe de marketing que ele desmontou e remontou em torno de fluxos de trabalho com IA.

Como o agente de IA escolhe pelo que avaliações, imprensa e comunidades dizem da marca, o que se fala dela fora dos canais próprios passa a pesar tanto quanto o anúncio.

O OLHAR DA CURADORIA

Natália Schifino

Curadora da FFX

DESTACOU o recado de não resistir: a nova era do marketing já está acontecendo, e cada empresa precisa entender o que fará a respeito.

ANOTOU a receita que segue valendo com a IA: conhecer o público, dar contexto, gerar valor e levar à ação.

PONDERA que a aposta de McGuire de que o mercado vai aprender a lidar com a IA é mais uma visão otimista sobre o tema.

NÚMEROS DO PALCO

7 meses

Tempo da reorganização do marketing da Qualcomm em 2026

10%

Corte de custo que o financeiro pediu por causa da IA e o CMO recusou

23 milhões

Membros da comunidade Snapdragon Insiders no mundo

PARA LEVAR

1. **Antes de espalhar ferramentas de IA, redesenhe os fluxos de trabalho e organize a equipe em torno deles.**
2. **Só aceite meta de economia com IA depois de testar e medir o ganho.**
3. **Mantenha a emoção na campanha para pessoas e entregue fatos organizados para os agentes.**

O ARTIGO

3 MIN DE LEITURA

Num vídeo de demonstração que a Qualcomm fez com a Mastercard, um agente de IA indica um notebook com chip Snapdragon porque o modelo tirou nota excelente na revista PCMag e descarta aparelhos com outros processadores.

Don McGuire, CMO da Qualcomm, exibiu o vídeo no Web Summit Lisboa, em 10 de novembro, numa conversa sobre o marketing na era em que agentes de IA já escolhem pelo cliente. Ali, contou que os anúncios testados dentro de assistentes de IA, a novidade mais vistosa, ainda não dão retorno. **Natália Schifino, curadora da FFX, avalia que as grandes mudanças nem sempre são as mais relevantes.** O que importa é como mudam, de fato, o trabalho e a comunicação.

Na comunicação, McGuire separa dois públicos: as pessoas, que ainda pedem emoção, criatividade e confiança, e os agentes, que "só querem os fatos". O vídeo mostra o cenário em que o chip da própria Qualcomm vence, mas deixa claro como o agente decide: pelo que terceiros publicaram sobre o produto.

Quando o agente escolhe, a crítica na imprensa e o comentário de cliente passam a pesar na compra. Por isso McGuire quer olhar para "a mídia espontânea e a cobertura conquistada tanto quanto para a paga" e para as comunidades que falam da marca. Ele alerta ainda para o atrito: se o agente descreve a marca de um jeito e a campanha, de outro, a mensagem pode se perder na hora da decisão.

Para o anúncio dentro da IA, McGuire prevê só testes: ele não poria muito dinheiro nisso agora.

Em janeiro, McGuire desmontou o marketing da Qualcomm, que tinha pessoas de um lado e ferramentas de IA de outro, sem entender como se ligavam. **Remontou a área em camadas: sistemas na base, fluxos de trabalho em cima e pessoas em torno dos fluxos.** Para ele, é o único jeito de usar as ferramentas novas sem largar a receita do marketing:

conhecer o público, dar contexto, ser relevante e levar à ação. A troca levou cerca de sete meses e doeu; agora, nas palavras dele, "começa a engrenar" e a dar frutos.

A marca agora fala com dois públicos

Pessoas	Agentes de IA
Emoção Campanha criativa ainda move quem compra	**Fatos** Dados organizados, sem floreio
Confiança Vínculo construído pela própria marca	**Terceiros** Crítica na imprensa, avaliação de cliente e comunidades

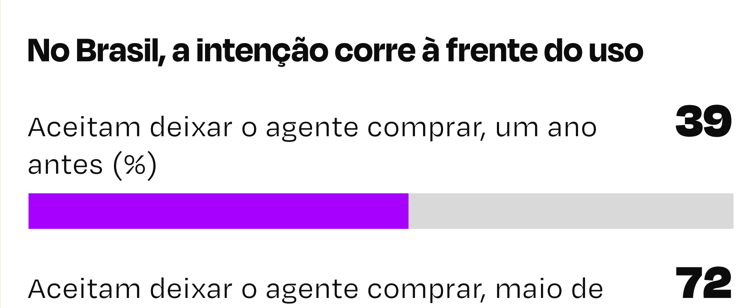
McGuire também recusou a meta de corte de custo que o financeiro da Qualcomm pediu em nome da IA. Para ele, é cedo para medir, e não dá para aderir a uma meta "inventada sem dado nenhum". Se houver ganho, o dinheiro fica no marketing.

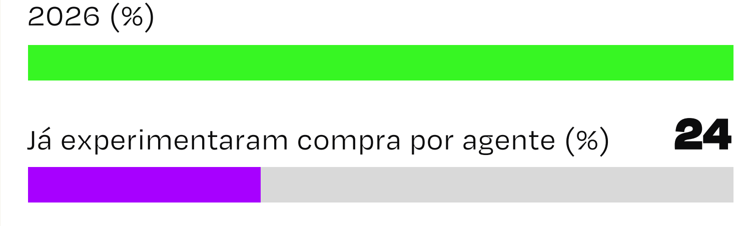
marketing summit
websumm

Don McGuire, CMO da Qualcomm, conversa com Kit Eaton, da INC, no Web Summit Lisboa. Foto: curadoria FFX no Web Summit 2026

> **VOCÊ FAZ MARKETING PARA HUMANOS, MAS AGORA TAMBÉM FAZ MARKETING PARA MÁQUINAS.**
>
> **Don McGuire**, EVP and CMO da Qualcomm

McGuire aposta que o mercado vai aprender a lidar com os agentes como aprendeu com a busca. **No Brasil, o tempo para aprender parece mais curto.** A parcela de consumidores que já deixaram um agente comprar por eles ou aceitariam deixar passou de 39% para 72% em um ano (Global Payments, maio de 2026). Só 24% já experimentaram; o resto é intenção.


No Brasil, a intenção corre à frente do uso



Com tanta gente disposta a deixar o agente comprar, não dá para esperar o anúncio na IA dar retorno. Reputação e equipe levam meses para se formar.

LEITURA FFX

Site forte não garante que o agente fale da marca.

Estudo da ESPM com 552 marcas, testadas em quatro assistentes de IA, encontrou 57% delas sem nenhuma citação; marcas com alta autoridade de domínio no Google tiveram visibilidade zero (Mundo do Marketing, 2026).

E o retrato muda de agente para agente: a Americanas aparece em 0,6% das respostas do ChatGPT sobre lojas online e em 5,9% das do Gemini (Ahrefs, 2026).

A decisão: medir a marca em cada assistente, um a um, e pôr o que eles dizem dela na meta da assessoria de imprensa e do atendimento a reclamações.

PROVOCAÇÃO FFX

A NOVIDADE DE IA QUE MAIS OCUPA A SUA DIRETORIA É A QUE MAIS VAI MUDAR O TRABALHO DO SEU TIME?

RETRATO DA EMPRESA

QUALCOMM

Projeta os chips Snapdragon e licencia patentes de 3G, 4G e 5G; não fabrica aparelhos nem vende ao consumidor final.

Receita do ano fiscal 2025: **US$ 44,3 bi**, alta de 14% sobre 2024 (Form 10-K, SEC, nov/2025)

Receita do 3º trimestre fiscal 2026: **US$ 9,9 bi**, queda de 4% em um ano; automotivo recorde de US$ 1,6 bi (8-K, jul/2026)

Meta de mais de **US$ 15 bi** em receita de data center no ano fiscal 2029 (Investor Day, jun/2026)

Snapdragon na 38ª posição do Kantar BrandZ 2025 das marcas mais valiosas do mundo (Marketing Dive, mai/2026)

Comunidade Snapdragon Insiders com 23 milhões de membros, segundo a Qualcomm (set/2026)

FONTES

1. Uso de IA para fazer compras salta de 39% para 72% no Brasil, segundo o Agentic Commerce Report 2026 da Global Payments (Mercado & Consumo, 14/10/2026)
2. 57% das marcas são invisíveis para IAs (Mundo do Marketing, 2026)
3. Quais lojas online a IA recomenda no Brasil? Ranking no ChatGPT, Gemini e mais (Ahrefs, 22/10/2026)
4. Varejo espera avanço de agentes de IA nas vendas, mas só 15% dizem estar preparados (Consumidor Moderno, 16/09/2026)
5. BB conclui primeira transação com agente de IA no país usando plataforma da Visa (IstoÉ Dinheiro, 12/03/2026)
6. 2026 Global Digital Shopping Index: The Agentic Commerce Deep Dive (Visa Acceptance Solutions e PYMNTS Intelligence, julho de 2026)
7. Amazon blocks Meta's Muse agent from shopping on users' behalf (SiliconANGLE, 21/09/2026)
8. Qualcomm Form 10-K, ano fiscal 2025 (SEC)
9. Qualcomm 8-K, resultados do 3º trimestre fiscal 2026 (Stock Titan)
10. Qualcomm's Investor Day 2026: Agentic and AI Inference To Drive 2x Revenue Growth by 2030 (Futurum)
11. How Qualcomm is building an iconic consumer brand for the AI era (Marketing Dive, 04/05/2026)
12. Qualcomm to build creators, fan communities to boost AI trust (DigitalToday, 23/09/2026)