



Mercado Digital

Patricia Knebel

patricia.knebel@jornaldocomercio.com.br

Confira, diariamente, no blog Mercado Digital, conteúdos sobre tecnologia e inovação. Para acessar, aponte a câmera do seu celular para o QR Code.

jornaldocomercio.com/mercadodigital



Brivia_Group incorpora mais duas empresas



CEO do Brivia_Group, Marcio Coelho, e os sócios da Elementar Digital e da SR

O Brivia_Group está incorporando duas empresas ao seu portfólio, que devem acrescentar R\$ 45 milhões à receita prevista para o próximo ano. A Elementar Digital, especializada em mídia de performance, e a SR Consulting, focada em soluções Salesforce. Essas operações somam-se a outras seis marcas e passam a integrar o portfólio do grupo, que projeta faturamento de R\$ 250 milhões em 2026.

Com a integração, o grupo também amplia sua carteira de clientes, passando a atender marcas como Mercado Livre, Adidas, iPlace, Hypera, GPA, Centauro, Marisa e QuintoAndar.

O CEO do Brivia_Group, Marcio Coelho, comenta que a incorporação das duas empresas amplia a capacidade de atuação do grupo em diferentes etapas dos projetos. “Estar preparado para responder às demandas do mercado passa por reunir especialistas em diferentes disciplinas estratégicas.

Com a integração dessas operações, impulsionamos o growth de ponta a ponta, maximizando nossa capacidade de apoiar os clientes na geração direta de receita”, afirma.

Embora a aquisição seja o principal anúncio, o movimento também reflete uma mudança na forma como as empresas estão estruturando suas estratégias

de crescimento.

O estudo Digital Adspend 2026, realizado pelo IAB Brasil em parceria com o Ibope, aponta que os investimentos em publicidade digital chegaram a R\$ 42,7 bilhões em 2025. Isso representa um crescimento de 12,7% em relação ao ano anterior. Nesse mesmo cenário, outro reflexo é o crescimento também da demanda por operações capazes de integrar tecnologia, marketing e análise de dados em uma mesma estratégia.

Para Bruno Okada, fundador da Elementar Digital, a entrada no grupo representa uma oportunidade de ampliar a escala da operação mantendo a estratégia construída pela empresa.

Segundo ele, a especialização em mídia de performance baseada em dados continua sendo um dos pilares do negócio, agora com acesso a novas competências e a uma carteira mais ampla de clientes.

A chegada da Elementar reforça uma frente dedicada à mídia de performance, SEO, CRM e analytics. Atualmente, a empresa administra mais de R\$ 350 milhões por ano em investimentos em mídia digital.

Já a SR Consulting passa a fortalecer a atuação do grupo em projetos baseados na plataforma Salesforce. A empresa atua há mais de uma década na implan-

tação, customização e sustentação da solução de CRM e soma mais de 200 projetos realizados.

Para Ariel Dornelles dos Santos, sócio e cofundador da SR Consulting, a integração amplia o alcance da empresa sem alterar sua especialização técnica. Segundo ele, a expectativa é utilizar a estrutura nacional do grupo para expandir a atuação da consultoria.

A estratégia de crescimento inorgânico do grupo teve início em 2018, quando ocorreu a fusão com a Dez Comunicação, uma das agências de comunicação mais tradicionais do Rio Grande do Sul. Em 2020, foi adquirida a A2C, maior agência full de Santa Catarina e uma das top 10 independentes do Brasil. Em 2022, foi a vez da Heads – um dos principais players de propaganda do país, o que consolidou a entrega criativa e o volume de operação de mídia. Já em 2023, houve a compra da Peppery, agência digital especializada em CRM.

Com seis operações no país e uma no exterior, em Lisboa (Portugal), o Brivia_Group reúne as marcas Brivia, Heads, Peppery, A2C, Dez, Pravy, Elementar Digital e SR Consulting. O portfólio de clientes inclui Adidas, Ânima, Azul Linhas Aéreas, BNDES, Grupo Fleury, iPlace, KPMG, Magalu, Porto Seguro, Seara, Vivo, Volkswagen Caminhões e Whirlpool.

Benner investe R\$ 50 milhões e lança plataforma de agentes de IA

Com investimentos na casa dos R\$ 50 milhões em Inteligência Artificial, a Benner, fornecedora brasileira de software de gestão empresarial, acaba de anunciar uma nova estratégia que orienta o uso de inteligência artificial em suas soluções e na operação de seus clientes. A companhia está lançando uma plataforma própria de agentes de IA.

A estratégia ganha forma em duas soluções que entram em operação, o Atelier, uma fábrica de agentes de IA, e o Elos, hub de integrações e gestão de agentes.

O Atelier permite às áreas de negócio criar e operar agentes de inteligência artificial sem programação, descrevendo em linguagem natural o objetivo, o grau de autonomia e as fontes autorizadas. Toda a operação é rastreável, e a liderança acompanha execuções, pendências, aprovações e custos em uma visão única.

Diferente da IA generativa, que responde e gera conteúdo, o agente autônomo executa operações e conduz processos,

o que oferece mais autonomia às áreas de negócio sem que os times de TI percam o controle da governança.

Já o Elos organiza a troca de dados e serviços entre sistemas, parceiros, fornecedores e aplicações legadas. A solução agiliza a criação de novos processos de troca de mensagens de forma configurável, independente do padrão utilizado (API, planilha, txt, agente).

“Qualquer empresa adota IA hoje. O que muda é a governança, com cada agente operando dentro de regras, permissões, trilhas de auditoria e acompanhamento de custos definidos pela área de tecnologia do cliente, o que garante segurança na operação”, explica o diretor de Tecnologia e Inovação da Benner, José Guilherme Merchiori.

O executivo projeta uma mudança na maneira como o usuário interage com os sistemas, melhorando a usabilidade. “Não será mais preciso navegar por dezenas de telas ou executar diversos comandos para concluir uma tarefa”, afirma.

Companhia amplia soluções de IA para e-commerce e marketplaces

Atendimentos realizados em menos de 30 segundos e 24 horas por dia fazem parte das soluções que a Loopia vem desenvolvendo para operações de e-commerce e marketplaces. A empresa, especializada em agentes de Inteligência Artificial, ampliou o desenvolvimento de ferramentas voltadas à automação do atendimento ao consumidor e à integração de diferentes canais digitais.

Fundada em 2024, a empresa desenvolve ferramentas voltadas ao comércio eletrônico que concentram, em uma única plataforma, as interações realizadas por marketplaces, WhatsApp e outros canais digitais.

A proposta é automatizar parte do atendimento e organizar o fluxo de comunicação entre marcas e consumidores, reduzindo tarefas operacionais e dando suporte às equipes responsáveis pelas vendas e pelo relacionamento com clientes.

O CEO e cofundador da Loopia, Tiago Vailati, explica que a Inteligência Artificial passou a ocupar um espaço permanente

dentro das operações de e-commerce. “Hoje, as organizações precisam unir eficiência operacional, agilidade e experiência do consumidor. Os agentes de IA passam a ter um papel importante nesse processo ao apoiar operações mais rápidas e escaláveis”, reflete.

As soluções desenvolvidas pela empresa contemplam esclarecimento de dúvidas sobre produtos, acompanhamento de pedidos, suporte no pós-venda e organização das demandas recebidas em múltiplos canais.

A empresa também aposta no avanço do chamado chat commerce, modelo em que parte da experiência de compra acontece em aplicativos de mensagens e ambientes conversacionais. O objetivo, segundo Vailati, é oferecer aos varejistas mais controle sobre as operações distribuídas em diferentes plataformas, permitindo responder com mais rapidez às demandas dos consumidores e também acompanhar o crescimento das vendas digitais.